

ANALISIS STRATEGI

**ANALISIS STRATEGI TINGKAT PROFITABILITAS UKM (USAHA
KECIL MENENGAH) COKELAT GILA DI KOTA MATARAM**

Skripsi
diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram
untuk melengkapi persyaratan gelar
Sarjana Ekonomi



Oleh:

Novita Prihandini
NIM 190501136

PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2023

LOGO



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Novita Prihandini, NIM 190501136 dengan judul “Analisis Strategi Meningkatkan Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila Di Kota Mataram” telah memenuhi syarat dan distetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 2 Oktober 2023

Pembimbing I,



Naili Rahmawati, M.Ag.
NIP.197909132009012008

Pembimbing II,



Salwa Hayati, ME.
NIP. 2005048504

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 2 Oktober 2023

Hal : Ujian Skripsi

Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di Mataram

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama Mahasiswa/i : Novita Prihandini

NIM : 190501136

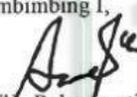
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah

Judul : Analisis Strategi Meningkatkan Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila Di Kota Mataram

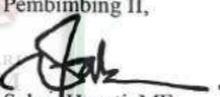
telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat di-*munaqasyah*-kan.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Pembimbing I,


Naila Rahmawati, M.Ag.
NIP.197909132009012008

Pembimbing II,


Salwa Hayati, ME.
NIP. 2005048504

Perpustakaan UIN Mataram

MOTTO

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ

“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.”



Perpustakaan UIN Mataram

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Novita Prihandini, NIM: 190501136 dengan judul “Analisis Strategi Tingkat Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila Di Kota Mataram,” telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 2 Oktober 2023.

Dewan Penguji

Naili Rahmawati, M.Ag
(Ketua Sidang I)

Salwa Hayati, M.E.
(Ketua Sidang II)

Dr. Hj. Zulfawati, M.A.
(Penguji I)

H.Samahuddin, M.E.
(Penguji II)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM

Perpustakaan UIN Mataram
Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.
NIP.197111102002121001

PERSEMBAHAN



“Ku persembahkan skripsiku ini untuk Ibuku Sarini dan Bapakku Rehan serta keluarga besarku yang telah berjuang keras sampai aku ada pada titik ini. Dan juga untuk almamaterku, guruguruku, dosenku, seluruh teman-temanku, BTS, Enhypen dan lainnya yang senantiasa menghiburku disaat-saat tertentu.”

Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

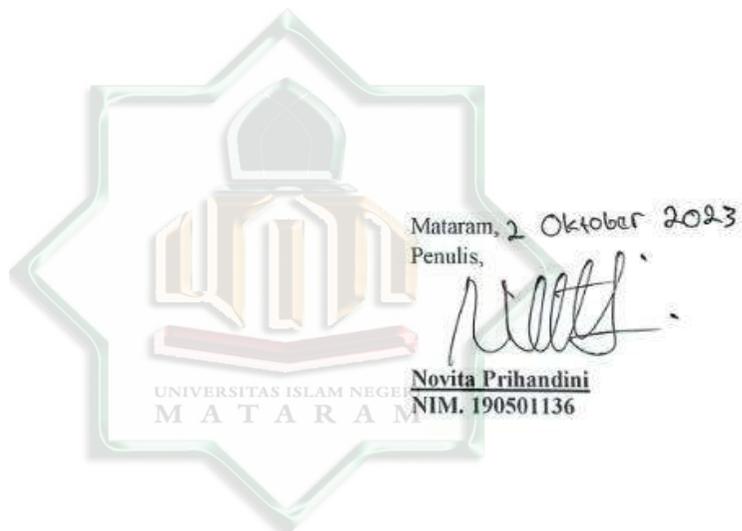
Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Subhanahu Wata'ala, Tuhan semesta alam yang telah memberikan segala rahmat, anugrah dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat selesai sebagaimana semestinya. Sholawat serta salam tidak lupa pula dihaturkan kepada junjungan alam Nabi besar Muhammad Shallahu'alaihi Wassallam, yang menjadi embun penyejuk, pelita jiwa, sang membawa kebenaran, serta kekasih Allah yang membawa kita semua dari alam gelap gulita menuju alam yang terang menerang, dari alam kebodohan menuju alam yang penuh ilmu pengetahuan.

Keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu diucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Masnun, M.Ag. selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberikan tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberikan bimbingan dan peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus tanpa pernah selesai.
2. Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Ibu Zulfawati, MA sebagai ketua jurusan.
4. Ibu Naili Rahmawati, M.Ag. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Salwa Hyati, M.E selaku pembimbing II yang telah memberikan motivasi, bimbingan, tanpa bosan ditengah kesibukannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Matram (FEBI) Universitas Islam Negeri Mataram yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan dan bantuan pada masa studi di UIN Mataram.
6. Ibuku Sarini dan Bapakku Rehan.
7. Sahabat dan teman-teman seperjuanganku.

8. Organisasiku “*English Study Club* dan PMII”.
9. Semua yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga amal ibadah dan kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semesta. Aamiin.



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul.....	i
HALAMAN Judul.....	ii
Logo.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Manfaat	3
D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian.....	4
E. Telaah Pustaka	4

F. Kerangka Teori	11
G. Metode Penelitian	15
H. Sistematika Pembahasan.....	24
BAB II STRATEGI MENINGKATKAN PROFITABILITAS UKM COKELAT GILA DI KOTA MATARAM.....	26
A. Gambaran Umum Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram.....	26
B. Strategi dalam Meningkatkan Profitabilitas UKM Cokelat Gila Kota Mataram.....	30
C. Pembahasan	35
BAB III KONDISI PROFITABILITAS UKM COKELAT GILA DI KOTA MATARAM.....	42
A. Kondisi Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram	42
B. Pembahasan	60
BAB IV PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN-LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Varian Rasa Minuman Cokelat Gila.....	28
Tabel 2.2 Struktur Organisasi Cokelat Gila.....	29
Table 3.1 Laporan Ikhtisar Laba/Rugi UKM Cokelat Gila Periode Januari 2023	45
Tabel 3.2 Laporan Perubahan Modal UKM Cokelat Gila Periode Februari 2023.....	46
Tabel 3.3 Laporan Neraca Keuangan UKM Cokelat Gila Periode Maret 2023.....	47
Tabel 3.4 Laporan Neraca Keuangan UKM Cokelat Gila Periode April 2023.....	49
Tabel 3.5 Laporan Neraca Keuangan UKM Cokelat Gila Periode Mei 2023.....	50
Tabel 3.6 Laporan Neraca Keuangan UKM Cokelat Gila Periode Juni 2023.....	51
Tabel 3.7 Laporan Neraca Keuangan UKM Cokelat Gila Periode Juli 2023.....	53
Tabel 3.8 Laporan Neraca Keuangan UKM Cokelat Gila Periode Agustus 2023.....	54
Tabel 3.9 Laporan Neraca Keuangan UKM Cokelat Gila Periode September 2023.....	55
Tabel 3.10 Laporan Neraca Keuangan UKM Cokelat Gila Periode Oktober 2023.....	57
Tabel 3.11 Laporan Neraca Keuangan UKM Cokelat Gila Periode November 2023.....	58
Tabel 3.12 Laporan Neraca Keuangan UKM Cokelat Gila Periode Desember 2023.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Facebook Cokelaat Gila.....	38
Gambar 2.2 Promosi minuman Cokelat Gila.....	38
Gambar 2.3 Promosi Ayam Cokelat.....	39
Gambar 2.4 Promosi Ayam Cokelat Gratis 1 Cup minuman Cokelat Gila....	39



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Daftar Informan
- Lampiran 3 Wawancara Bersama Owner Cokelat Gila
- Lampiran 4 Gerobak Pertama Cokelat Gila
- Lampiran 5 Proses Pembuatan Minuman Cokelat Gila Dengan Berbagai Rasa
- Lampiran 6 Bahan-Bahan Pembuatan Minuman Cokelat Gila
- Lampiran 7 Minuman Cokelat Gila Dengan Rasa Strawberi



Perpustakaan UIN Mataram

ANALISIS TINGKAT PROFITABILITAS UKM (USAHA KECIL MENENGAH) COKELAT GILA DI KOTA MATARAM

Oleh:

Novita Prihandini
NIM 190501136

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat yang terdapat dalam UKM Cokelat Gila di Kota Mataram dan profitabilitas yang diperoleh dalam penjualan yang tepat yang terdapat dalam UKM Cokelat Gila di Kota Mataram.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cokelat Gila menetapkan serangkaian strategi, seperti melakukan inovasi baru dengan mengeluarkan serangkaian menu baru seperti Gila Boba dan Ayam Cokelat guna untuk mendongkrak profit yang biasanya masuk. Bukan hanya itu, Cokelat Gila juga melakukan promosi dengan memaksimalkan sosial media, *content marketing*, menggunakan jasa *influencer*, bekerjasama dengan *food truck* Lombok, Jakarta, Solo, dan Surabaya, bekerjasama dengan Bank Mandiri guna untuk memperkenalkan produk Cokelat Gila Lombok kepada masyarakat yang lebih luas.

Kata Kunci: Cokelat Gila, Profitabilitas, Strategi

ANALYSIS OF PROFITABILITY LEVEL OF SMEs (SMALL MEDIUM) CRAZY CHOCOLATE IN MATARAM CITY

By:

Novita Prihandini

NIM 190501136

ABSTRACT

This study aims to determine the right marketing strategy contained in Crazy Chocolate UKM in Mataram City and the profitability obtained in the right sales contained in Crazy Chocolate UKM in Mataram City.

This study used qualitative research methods. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques namely data reduction, data presentation and data verification.

The results of the study show that Gila Chocolate establishes a series of strategies, such as carrying out new innovations by issuing a series of new menus such as Gila Boba and Chocolate Chicken in order to boost profits that usually come in. Not only that, Crazy Chocolate also carries out promotions by maximizing social media, content marketing, using influencer services, collaborating with Lombok, Jakarta, Solo and Surabaya food trucks, collaborating with Bank Mandiri to introduce Lombok Crazy Chocolate products to a wider community.

Keywords: Crazy Chocolate, Profitability, Strategy

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor usaha merupakan motor penggerak pertumbuhan ekonomi suatu Negara, karena dapat memberikan nilai tambah terbesar dan dapat memberikan signifikan dalam menyelesaikan permasalahan dasar Indonesia yaitu pengentasan kemiskinan dan penurunan tingkat pengangguran.

Menanggapi hal tersebut, berbagai kebijakan yang dikeluarkan pemerintah untuk menyelesaikan permasalahan dasar Indonesia, seperti yang terdapat dalam Undang-Undang Nomer 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dikarenakan perekonomian suatu Negara bergantung dari usaha yang dilakukan oleh rakyatnya. Oleh karena itu, Usaha Kecil Menengah adalah salah satu solusinya.¹

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah salah satu usaha yang sangat menggerakkan roda perekonomian Indonesia. Sebagian besar usaha yang ada di Indonesia adalah UKM, sehingga berkontribusi besar terhadap angka Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia.²

Perkembangan UMKM di Indonesia juga tercatat cukup signifikan di tahun 2010-2023, dimana UMKM yang tercatat menurun di banyak wilayah namun meningkat di wilayah tertentu seperti di Jawa. Perkembangan UMKM di wilayah Jawa rata-rata mencapai lebih dari satu juta UMKM. Namun, berbeda dengan wilayah-wilayah lain di Indonesia yang berada dibawah satu juta atau bahkan sangat kurang dari lima ratus ribu UMKM. Oleh karena itu, tercatat hampir 100% status usaha UMKM tahun 2010-2023 di Indonesia diduduki oleh badan usaha perorangan.³

¹ Pemerintah Indonesia. *Undang-Undang (UU) Nomer 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Negara Republik Indonesia No.4866. Sekretariat Negara. Jakarta.

² Rully Desthian Pahlephi, "UKM: Arti, Kriteria, Ciri, Jenis, dan Perbedaan Dengan UMKM", dalam <https://finance.detik.com>, diakses tanggal 12 Januari 2023, pukul 12.33.

³ <https://satudata.kemendukm.go.id/kumkm>, diakses tanggal 13 Januari 2023, pukul 06.30.

Begitupun juga dengan UMKM yang ada di Kota Mataram, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Desember tahun 2022, Kota Mataram mengalami inflasi sebesar 0,21 persen yang tercatat dari sebelas kelompok pengeluaran, sembilan kelompok mengalami inflasi dan dua kelompok mengalami deflasi.⁴

Namun walaupun inflasi, UMKM yang ada di Kota Mataram mau tidak mau harus tetap berjalan guna untuk menstabilkan perekonomian daerah, salah satunya UKM Cokelat Gila. UKM Cokelat Gila juga ikut andil dalam menstabilkan perekonomian daerah.

Sejarah membangun Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila Kota Mataram pada tahun 2016 sampai sekarang. UKM Cokelat Gila ini didirikan oleh Bapak Loni dan istrinya, awalnya Cokelat Gila didirikan untuk coba-coba dalam memulai bisnis, namun walaupun hanya sekedar coba-coba Bapak Loni dan istri memulai bisnis bermodalan ilmu yang pernah dipelajari tentang bisnis. Oleh karena itu, beliau mencoba memulai bisnis untuk menerapkan ilmu yang pernah beliau pelajari, walaupun awalnya hanya untuk mendapatkan *passive income*. Namun, seiring berjalannya waktu Bapak Loni dan istrinya mulai berkeinginan untuk memperluas pemasaran Cokelat Gila tersebut untuk mendapatkan *profit income*, hingga kini mulai membuka outlet-outlet baru dan hal tersebut mengharuskannya untuk merekrut pegawai. Oleh karena itu, jika semakin luasnya pemasaran maka semakin meningkat pula profitabilitasnya, jika *profit income* sudah meningkat maka semakin banyak pula outlet-outlet baru. Sehingga itu dapat meminimalisir kemiskinan, karena disebabkan oleh perekrutan karyawan baru.

Seperti namanya, Cokelat Gila adalah minuman yang terbuat dari bubuk cokelat dan diberikan topping cokelat di atasnya. Oleh karena itu, konsumen menjadi tergiur untuk mencobanya. Tidak jarang kita temukan konsumen dari berbagai usia yang memilih tempat nongkrong atau sekedar singgah di kedai Cokelat Gila ini, seperti kedai Cokelat Gila yang ada di Bundaran Jempong Kota Mataram.⁵

⁴ Badan Pusat Statistik Kota Mataram, 2022. *Perkembangan UMKM Kota Mataram 2022*. Kota Mataram:Badan Pusat Statistik

⁵ Novita Prihandini, Observasi, Mataram,3 November 2022.

Karena semakin banyaknya pesaing, kedai Cokelat Gila Bundaran Jempong Kota Mataram membuat pembaruan dengan membangun tempat diatas sawah agar terkesan alami, apalagi jika dikunjungi sore hari karena dapat melihat matahari terbenam. Namun, karena pembaruannya yang lama membuat konsumen menjadi tidak nyaman untuk berkunjung. Oleh sebab itu, profitabilitasnya menjadi menurun.

Berdasarkan uraian di atas, menyebabkan terjadinya masalah bagi UKM Cokelat Gila. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat masalah penelitian sebagai tugas akhir dengan judul “Analisis Strategi Meningkatkan Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila Di Kota Mataram”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi untuk meningkatkan profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram?
2. Bagaimana kondisi profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram?

C. Tujuan dan Manfaat

Berdasar pada rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah:

A. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram.
- b. Untuk mengetahui kondisi profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram.

B. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu gambaran dan pengetahuan kepada pembaca mengenai strategi dalam meningkatkan profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram.

b. Manfaat praktis

1) Bagi Peneliti

Sebagai pemenuhan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram.

2) Bagi Pemilik UKM

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberi manfaat sebagai bahan informasi dalam meningkatkan profitabilitas UKM.

3) Bagi Mahasiswa dan Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dalam meningkatkan profitabilitas UKM. Dan diharapkan pula, sebagai rujukan dalam meningkatkan profitabilitas UKM bagi penelitian lain di bidang studi ekonomi pada umumnya.

D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Salah satu unsur terpenting sebuah penelitian adalah ruang lingkup. Ruang lingkup penelitian ini hanya dibatasi pada masalah yang berkaitan dengan “Analisis Strategi Meningkatkan Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila Di Kota Mataram”.

2. Setting Penelitian

Lokasi yang dipilih peneliti adalah di Kota Mataram Kabupaten Lombok Barat.

E. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu atau lebih dikenal dengan telaah pustaka adalah penelusuran terhadap studi atau karya-karya terdahulu sebagai pedoman penelitian lebih lanjut serta untuk menghindari adanya duplikasi dan menjamin keaslian dan legalitas penelitian ini.

Ada beberapa penelitian yang terdahulu yang senada dengan penelitian ini yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Erwiyani Syafri, dkk dengan judul penelitian *Analisis Strategi Pemasaran Produk Cokelat (Studi Kasus Pada Usaha Cilet Cokelat Di Kota Banda Aceh)*⁶

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal apa saja yang paling berperan pada pemasaran usaha Cilet Cokelat dan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat dijalankan usaha Cilet Cokelat berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal usaha Cilet Cokelat di Kota Banda Aceh. Metode pengolahan dan metode analisis menggunakan metode pengolahan dan analisis data terdiri dari analisis data deksirptif dan analisis perencanaan strategi.

Hasil dari penelitian Erwiyani Syafri, dkk menunjukkan bahwa Faktor Internal yang paling berperan pada pemasaran usaha Cilet Cokelat terdiri dari kekuatan utama adalah produk berkualitas dan kelemahan utama tidak adanya produk turunan sedangkan faktor eksternal yang berperan pada pemasaran usaha Cilet Cokelat terdiri dari peluang utama adalah perubahan gaya hidup masyarakat dan ancaman utama konsumen yang loyal terhadap produk pesaing dan Strategi yang tepat untuk pemasaran usaha Cilet Cokelat berdasarkan hasil analisis SWOT berada pada kuadran I yang berarti strategi agresif (SO). Strategi agresif yang dapat diterapkan adalah strategi menjaga kualitas produk dan memperluas jaringan pemasaran dengan pemanfaatan pangsa pasar dan strategi penetrasi pasar dengan meningkatkan kapasitas jumlah produksi dengan menambah permodalan dan teknologi modern.

Setelah peneliti membaca dan menganalisis hasil dari penelitian Erwiyani Syafri, dkk terdapat persamaan dengan yang akan dilakukan oleh peneliti, yaitu sama-sama meneliti terkait analisis strategi yang tepat untuk pemasaran usaha Cokelat.

Keunggulan penelitian ini adalah menggunakan strategi yang tepat untuk pemasaran usaha Cilet Cokelat dengan hasil analisis SWOT dan kelemahan penelitian ini adalah hanya menggunakan

⁶Erwiyani Syafri, dkk dengan judul penelitian, "*Analisis Strategi Pemasaran Produk Cokelat (Studi Kasus Pada Usaha Cilet Cokelat Di Kota Banda Aceh,*" Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian, Volume 5, Nomor 4, November 2020.

metode pengolahan dan metode analisis data perencanaan strategi. Sedangkan peneliti meneliti tentang keuntungan dan strategi dalam bisnis Cokelat Gila.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Faiz A. Hadi Aldjufrie dengan judul penelitian *Strategi Pemasaran Banua Cokelat Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kota Palu Perspektif Ekonomi Islam*⁷

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran Banua Cokelat dalam meningkatkan penjualan di Kota Palu dan bagaimana perspektif ekonomi islam terhadap strategi pemasaran Banua Cokelat dalam meningkatkan penjualan di Kota Palu. Hasil penelitian menunjukkan Bahwa strategi pemasaran banua coklat dalam meningkatkan penjualan memakai 4 macam strategi pemasaran yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Strategi pemasaran banua coklat dalam meningkatkan penjualan perspektif ekonomi islam sudah menggunakan prinsip prinsip ekonomi islam antara lain siddiq, amanah, fathanah, tabligh dan juga karekteristik dan juga karekteristik islam yang digunakan banua coklat adalah Ketuhanan (*rabbaniyah*), Etis (*akhlaqiyyah*), Realistis (*al-waqi'ah*), Humanitis (*insaniyyah*).

Persamaan penelitian yang diteliti oleh Faiz A. Hadi Aldjufrie dan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran coklat dalam meningkatkan penjualan dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta menggunakan teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Keunggulan penelitian ini adalah meneliti tentang strategi pemasaran coklat dalam meningkatkan penjualan dalam perspektif ekonomi islam. Kekurangan penelitian ini adalah tidak mencantumkan hasil penjualan yang telah diperoleh dari pemasaran banua coklat. Sedangkan peneliti mencantumkan keuntungan atau profitabilitas dalam naskah skripsi dan kekurangan peneliti adalah tidak menggunakan perspektif ekonomi islam.

⁷ Faiz A. Hadi Aldjufrie dengan judul penelitian, " *Strategi Pemasaran Banua Cokelat Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kota Palu Perspektif Ekonomi Islam*, " *Skripsi Ekonomi Islam*

3. Penelitian yang dilakukan oleh Idhia Fitri Shawalina, dkk dengan judul penelitian *Analisis Upaya Strategi Pemasaran Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kota Pematangsiantar Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Produk UKM Tenun Ulos di Kota Pematangsiantar*⁸

Fokus penelitian ini adalah membahas tentang bagaimana pengaruh produk, harga dan promosi terhadap hasil penjualan Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kota Pematangsiantar. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh produk, harga dan promosi baik secara partikal maupun simultan terhadap hasil penjualan Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kota Pematangsiantar. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif.

Hasil penelitian dari Idhia Fitri Shawalina, dkk menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, masing-masing dari produk, harga dan promosi berpengaruh positif terhadap penjualan dan signifikan terhadap hasil penjualan Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kota Pematangsiantar.

Setelah peneliti membaca dan menganalisis hasil dari penelitian Idhia Fitri Shawalina, dkk terdapat persamaan dengan yang akan dilakukan oleh peneliti, yaitu meneliti tentang hasil penjualan atau profitabilitas dan strategi dalam pemasaran. Adapun perbedaannya adalah: 1) Objek peneliti yaitu pemilik atau karyawan, sedangkan objek penelitian dari Idhia Fitri Shawalina, dkk adalah pada pegawai, 2) Teknik pengambilan data, teknik yang digunakan peneliti adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik pengambilan data yang dilakukan oleh Idhia Fitri Shawalina, dkk adalah teknik sampling, 3) Metode yang peneliti gunakan yaitu metode kualitatif sedangkan penelitian dari Idhia Fitri Shawalina, dkk adalah metode kuantitatif.

⁸Idhia Fitri Shawalina, "Analisis Upaya Strategi Pemasaran Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kota Pematangsiantar Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Produk UKM Tenun Ulos di Kota Pematangsiantar", Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik Volume 3 No.2, Desember 2021.

Kelebihan dan kekurangan penelitian ini adalah hanya fokus menguji pengaruh produk, harga dan promosi. Sedangkan peneliti tentang profitabilitas dari hasil usaha.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Choirunnisa, dkk dengan judul *Analisis Pengaruh Penginderaan Pasar, Pemasaran Kewirausahaan, Kemampuan Jaringan, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada UKM Makanan dan Minuman di Kota Semarang)*⁹

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh penginderaan pasar, pemasaran kewirausahaan, kemampuan jaringan, dan keunggulan bersaing mempunyai pengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UKM makanan dan minuman di Kota Semarang. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 200 responden UKM makanan dan minuman di Kota Semarang.

Hasil penelitian ini mempunyai lima hipotesis dan sudah diuji, ada satu hipotesis yang ditolak dan empat diterima. H1 penginderaan pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kemudian, H2 pemasaran kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan jaringan, lalu H3 keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya H4 kemampuan jaringan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan H5 kemampuan jaringan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Setelah peneliti membaca dan menganalisis hasil dari penelitian Choirunnisa, dkk terdapat persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang UKM. Adapun perbedaan dari peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Choirunnisa, dkk adalah: 1) Objek penelitian, objek peneliti yaitu pemilik atau karyawan, sedangkan penelitian Choirunnisa menggunakan objek responden UKM makanan dan minuman di Kota Semarang, 2) Teknik pengambilan data, teknik yang digunakan peneliti adalah teknik observasi, wawancara dan

⁹Choirunnisa,dkk, “*Analisis Pengaruh Penginderaan Pasar, Pemasaran Kewirausahaan, Kemampuan Jaringan, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada UKM Makanan dan Minuman di Kota Semarang)*”, Jurnal Bisnis Strategi Vol. 27 No. 2 Desember 2018, halaman 79–94.

dokumentasi. Sedangkan penelitian Choirunnisa, dkk menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu probability sampling dengan metode simple random sampling.

Keunggulan dan kelemahan penelitian ini adalah hanya terpaku pada persaingan terhadap kinerja pemasaran. Sedangkan peneliti hanya pada keuntungannya saja.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Eko Riyanto dan Firmansyah dengan judul “*Analisis Profitabilitas Pada Industri Tekstil dan Produk Tekstil di Indonesia*”¹⁰

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis profitabilitas dalam hubungan antara struktur dan kinerja industri tekstil dan produk tekstil di Indonesia secara tahunan 2011-2014. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. Penelitian ini menggunakan regresi data panel dengan Fixed Model Efek (FEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil regresi jika efisiensi internal (XEF) dan produktivitas tenaga kerja (Prod) berpengaruh positif signifikan efek pada profitabilitas (PCM). Sedangkan rasio konsentrasi (CR4) dan output pertumbuhan (Growth) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (PCM).

Setelah peneliti membaca dan menganalisis hasil dari penelitian Eko Riyanto dan Firmansyah terdapat persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang profitabilitas. Adapun perbedaan dari peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Eko Riyanto dan Firmansyah adalah teknik pengambilan data, teknik yang digunakan peneliti adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Eko Riyanto dan Firmansyah adalah data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia.

¹⁰ Eko Riyanto dan Firmansyah, “*Analisis Profitabilitas Pada Industri Tekstil dan Produk Tekstil di Indonesia*”, Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan Vol.3 No.2 (2020) hlm. 77-89.

Keunggulan dan kelemahan penelitian ini adalah hanya meneliti keuntungan industri dan produk tekstil secara tahunan. Sedangkan peneliti hanya pada saat diperlukan.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Handayani dengan judul “*Strategi Pengembangan Pengolahan Cokelat (Studi Kasus PT. Chalodo Sibali Resoe) di Kabupaten Luwu Utara*”¹¹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor lingkungan internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan pengolahan cokelat pada PT. Chalodo Sibali Resoe di Kabupaten Luwu Utara. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan teknik purposive sampling (dipilih secara sengaja), dengan informan pada penelitian ini adalah direktur utama dan manager PT Chalodo Sibali Resoe serta masing-masing 1 orang staf divisi produksi, bahan baku, dan lapangan.

Hasil menunjukkan bahwa Strategi *Strengths Opportunities*. Meningkatkan ketersediaan bahan baku cokelat karena PT.Chalodo Sibali Resoe menjadi perusahaan Cokelat terbesar dan satu-satunya di Luwu Utara. Peningkatan diver sifikasi produk olahan melalui peningkatan kualitas SDM yang terdidik. Peningkatan produksi melalui inovasi produk memenuhi permintaan masyarakat loka dan internasional. Strategi *Strengths Threats* adalah. Pengadaan tenaga kerja profesional (sesuai bidang) untuk inovasi pengembangan produk. Peningkatan standar kualitas bahan baku melalui penyuluhan dan pelatihan yang dibrikan kepada mitra. Perluasan pangsa pasar melalui inovasi produk olahan. Strategi *Weakness Opportunities* meningkatkan tenaga kerja keterampilan dan berpengalaman sehingga dapat bersaing dengan PT. Mars di Luwu Timur. Strategi *Weakness Threats* Meningkatkan proses standar kualitas bahan baku sehingga perbedaan iklim tidak mempengaruhi kualitas bahan baku.

Setelah peneliti membaca dan menganalisis hasil dari penelitian Handayani terdapat persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang strategi untuk mengolah cokelat. Perbedaan penelitian ini dengan

¹¹ Handayani, “*Strategi Pengembangan Pengolahan Cokelat (Studi Kasus PT. Chalodo Sibali Resoe) di Kabupaten Luwu Utara*”, Skripsi Ekonomi.

yang diteliti oleh peneliti adalah penelitian ini mengolah olahan coklat yang belum siap pakai atau mengolah buah coklat, sedangkan peneliti meneliti olahan coklat yang sudah siap atau sudah jadi bubuk coklat.

Keunggulan penelitian ini adalah menggunakan strategi analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sedangkan peneliti tidak menggunakan strategi analisis SWOT. Kelemahan penelitian ini adalah hanya fokus meneliti terkait pengolahan olahan coklat, sedangkan peneliti meneliti terkait strategi dan profitabilitas yang di dapat.

F. Kerangka Teori

A. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Profit merupakan kemampuan suatu komunitas atau perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dibandingkan dengan penjualan yang dicapai, sedangkan profitabilitas menurut Kasmir adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan.¹²Jorena dalam Minanari menjelaskan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen.¹³

b. Strategi untuk Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang. Tujuan ini dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang baik untuk

¹²Surtisno, "*Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*", (Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, 2005), hlm. 238.

¹³Minanari, "*Pengaruh Profitabilitas, Manajemen Laba dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek)*", Jurnal Profitabilitas, Universitas Mercu Buana Jakarta, Vol. 11, No. 1, April 2018, hlm. 140.

dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran.¹⁴

Adapun strategi yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan, antara lain; 1) Menambah Produk atau Layanan, 2) Tingkatkan Nilai Jual kepada Pelanggan, 3) Perluas Bidang Industri, 4) Mencari Target Konsumen Baru, 5) Menjual Produk atau Layanan dalam Ukuran Lebih Besar, 6) Menggunakan Kemasan Ekonomis, 7) Menghindari Kompetensi Harga, 8) Proses Bisnis Sederhana dan Mengurangi Biaya Operasional.¹⁵

c. Pengukuran Rasio Profitabilitas

Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas, terlebih untuk mengukur tingkat profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram, yaitu:

1) *Gross Profit Margin (GPM)*

GPM merupakan ukuran efisiensi operasi perusahaan dan juga penetapan harga pokok. GPM dirumuskan:

$$GPM = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga pokok penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

2) *Operating Profit Margin (OPM)*

Rasio ini menggambarkan *pure profit* (keuntungan murni) yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. OPM dirumuskan:

$$OPM = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Penjualan}}$$

¹⁴Tri Weda Raharjo, dkk., “Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata”, (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019), hlm. 41.

¹⁵Mekari, “Cara Mudah Meningkatkan Profit Bisnis”, dalam <http://www.jurnalekonomi.id/blog>, diakses tanggal 3 Januari 2021, pukul 06.47.

3) *Net Profit Margin (NPM)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan. NPM dirumuskan:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

4) *Return on Investmen (ROI)*

ROI sering disebut *Return on Total Assets* (ROA) adalah pengukuran keseluruhan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. ROI dirumuskan:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

5) *Return on Equity (ROE)*

ROE adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. ROE dirumuskan:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

6) *Return on Common Stock Equiry*

Rasio ini bisa menyangkut tingkat penghasilan atau return yang diperoleh atas nilai buku saham biasa. Rasio ini dirumuskan =

$$\frac{\text{Laba bersih sesudah pajak-Deviden preferen}}{\text{Modal sendiri –Modal saham prefere}}$$

7) *Basic Earning Power (BEP)*

Rasio ini menunjukkan kemampuan asset yang dimiliki untuk menghasilkan pendapatan dari aktiva perusahaan sebelum pengaruh pajak dan *leverage*. BEP dirumuskan:

$$\text{BEP} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total aktiva}}^{16}$$

B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Nomer 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri. Perekonomian suatu Negara bergantung dari usaha yang dilakukan oleh rakyatnya.

a. Pengertian Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah aktivitas usaha yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha milik perorangan atau jenis bisnis yang dijalankan dalam skala kecil hingga menengah.¹⁷

Contoh dari UKM adalah sesuai judul yang peneliti teliti yaitu Cokelat Gila yang akhir-akhir ini menjadi minuman favorit dari berbagai kalangan, khususnya bagi anak muda dan dewasa.

b. Peran UKM di Indonesia

UKM adalah suatu jenis usaha yang mempunyai kontribusi yang cukup besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Peran UKM juga suatu yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi tersebut.

c. Jumlah UKM di Indonesia

UKM adalah pilar terpenting dalam perekonomian di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM

¹⁶ Syamsuddin, Lukman, 2001. *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

¹⁷ Pemerintah Indonesia. *Undang-Undang (UU) Nomer 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pasal 1...* Jakarta.

pada tahun 2022, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta. Jumlah itu mencerminkan sekitar 97 persen tenaga secara nasional. Pencapaian tersebut menjadikan sector UMKM sebagai tulang punggung perekonomian di Indonesia.¹⁸

G. Metode Penelitian

1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian merupakan cara dan prosedur yang sistematis dan terorganisasi dengan maksud mendapatkan informasi untuk digunakan sebagai solusi atau jawaban atas masalah yang sedang diteliti.¹⁹

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi penyelidikan (*inquiry*) yang menekankan pencairan makna, pengertian, konsep, karakteristik, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, bersifat alami, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif..²⁰

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan langkah kerja untuk mendeskripsikan suatu objek, fenomena dalam suatu tulisan yang bersifat naratif²¹ agar peneliti dapat menganalisis secara langsung fakta di lapangan terkait bagaimana Strategi Meningkatkan Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila Di Kota Mataram.

¹⁸ Ericha Andreyra, “100 Pelaku Usaha Kecil Ikuti UMKM Go Online Virtual Expo 2022”, dalam <https://aptika.kominfo.go.id>, diakses tanggal 11 Januari 2023.

¹⁹ Muhammad Nazir, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 54.

²⁰ A. Muri Yusuf, “*Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*”, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 329.

²¹ Djam’an Satori dan Aan Komariah, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Bandung: Alfabeta 2014), hlm. 28.

2 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan di Kota Mataram.

3 Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti sangat dibutuhkan karena peneliti sebagai instrumen kunci. Untuk melengkapi hasil di lapangan maka peneliti harus menemui berbagai pihak yang dapat memberikan informasi seperti pemilik atau pegawai dan pihak lainnya. Adapun hal-hal yang ingin dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan observasi mengenai keadaan lokasi penelitian, keadaan lingkungan pemasaran coklat gila, serta bagaimana kondisi dan strategi untuk meningkatkan profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram.
- b. Mengadakan wawancara dengan pihak-pihak terkait yaitu, pemilik atau pegawai sebagai sumber informasi dan mempunyai peran aktif dalam lingkungan pemasaran.
- c. Menarik kesimpulan bagaimana kondisi dan strategi untuk meningkatkan profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram.

4 Sumber Data

Sumber data adalah bagian yang sangat penting dalam penelitian karena sumber data itu sendiri merupakan subjek dimana data dapat diperoleh.²² Adapun jenis-jenis sumber data dalam penelitian ini adalah:

²² Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*”, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), h. 172

a. Pemilik Cokelat Gila Kota Mataram

Dalam penelitian ini orang yang pertama ditemui yaitu pemilik, dengan harapan memperoleh informasi mengenai kondisi dan strategi untuk meningkatkan profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram.

b. Pegawai Cokelat Gila Kota Mataram

Dalam pertemuan dengan pegawai bertujuan memperoleh berbagai informasi terkait dengan kondisi dan strategi untuk meningkatkan profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram jika sewaktu-waktu saat mencari informasi pemiliknya tidak ada ditempat atau sedang berhalangan hadir.

5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan data.²³ Adapun prosedur pengumpulan data yang akan peneliti gunakan yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data observasi dapat dibedakan menjadi participant observation (observasi berperan serta) dan non participant observation (observasi tidak berperan serta)²⁴.

Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi nonpartisipan di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam pembuatan minuman dan hanya sebagai pengamat independen. Hal-hal yang peneliti observasi adalah dampak dari

²³ Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 455.

²⁴ Sugiyono, “*Metode...*”, hlm. 145.

kondisi yang ada di lapangan terhadap peningkatan profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.³⁸

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.²⁵

Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara tidak terstruktur karena peneliti tidak mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, peneliti hanya menyiapkan pertanyaan-pertanyaan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Dalam wawancara, selain membawa pedoman pertanyaan peneliti juga menggunakan alat bantu seperti rekaman,

²⁵ *Ibid.*, hlm. 138-140.

dokumentasi (gambar) dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari metode wawancara. Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumentasi tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumen itu dapat berbentuk teks tertulis, *artefacts*, gambar, maupun foto. Dokumen tertulis dapat pula berupa sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, karya tulis, dan cerita.²⁶

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode dokumentasi dengan tujuan mengumpulkan data-data yang tertulis yang dapat membantu dan memberikan keterangan sesuai dengan yang dibutuhkan di lokasi penelitian, yaitu berhubungan dengan gambaran umum lokasi penelitian serta berkas atau dokumen lainnya yang terkait. Seperti profil UKM Cokelat Gila dan berkas atau dokumen lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

Perpustakaan UIN Mataram

²⁶ *Ibid.*, hlm. 391.

6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi.²⁷ Adapun aktivitas dalam analisis data seperti:

a Reduksi data

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi.²⁸ Reduksi data maksudnya disini adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang paling penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila diperlukan.

Dalam proses pereduksian data menurut Tracy dalam Abdul, peneliti dapat menggunakan dua proses timbal balik, yaitu: 1) dari teori ke data, dan 2) dari data ke teori. Titik awal proses pereduksian data bergantung pada pendekatan penelitian yang digunakan apakah deduktif atau induktif. Jika peneliti menggunakan pendekatan induktif (misalnya metode *grounded theory*), pereduksian data dimulai dari melihat data, kemudian dikode, dikategorikan dan diberi tema untuk selanjutnya dikembangkan menjadi teori. Proses bolak balik (*iterative process*) teori-data-teori atau data-teori-data dapat dilakukan secara berulang-ulang sampai peneliti menemukan suatu pola yang kuat.

Jika peneliti menggunakan pendekatan deduktif, maka pereduksian data dimulai dari teori kemudian ke data dan kembali lagi ke teori. Teori berfungsi sebagai pemberi arah bagaimana data akan direduksi. Menurut Saunders (2009) dalam

²⁷ Albi Anggito, dkk., “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hlm. 236-237.

²⁸ Abdul Hakim, *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: CV Jejak, 2017), hlm. 85.

Jogiyanto, pereduksian data secara deduktif menggunakan teori untuk mencocokkan pola (*patten matching*) atau untuk membangun penjelasan. Dalam mencocokkan pola, teori digunakan sebagai kerangka konseptual/analitis untuk memandu peneliti dalam mencari atau mencocokkan pola hasil/temuan tentang apa yang diharapkan dari data. Sedangkan jika teori digunakan untuk membangun penjelasan, peneliti mengumpulkan dan menganalisis data, termasuk pereduksian data, untuk membangun penjelasan teori, bukan menguji hipotesis yang dibangun berdasarkan teori.²⁹

b Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data (*display data*) dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan *mendisplaykan* data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

c Penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi bisa juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-

²⁹ ogiyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta, ANDI, 2018), hlm. 300.

remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan klausul atau interaktif, hipotesis, atau teori.³⁰

7 Validasi Data

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.³¹ Dalam teknik pengujian ini, dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai cara, yaitu:

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Dalam hal ini, peneliti perlu memperpanjang pengamatannya karena jika hanya sekali datang ke lokasi penelitian akan sulit mendapatkan *link* atau *chemistry* dengan para partisipan.

b. Ketekunan Pengamatan

Dalam penelitian kualitatif harus mengumpulkan data yang Benar, Aktual, Akurat dan Lengkap (BAAL). Peneliti harus menunjukkan kegigihannya dalam mengejar data yang sudah diperoleh untuk lebih diperdalam dan hal yang belum ada terus diupayakan keberadaannya. Dengan meningkatkan ketekunan dan kegigihan, berarti peneliti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan.

c. Triangulasi

Pengecekan dengan cara memeriksa ulang data. Pemeriksaan ulang dapat dilakukan sebelum data atau sesudah data dianalisis. Pemeriksaan dengan cara triangulasi dilakukan untuk meningkatkan derajat kepercayaan dan akurasi data.³² Triangulasi ini merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data.

³⁰ *Ibid.*, hlm. 85-86.

³¹ Sugiyono, "*Metode...*", hlm. 509

³² Helaludin dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*, (Makassar, Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019), hlm. 134-135.

Menurut Patton dalam Deny mengemukakan 4 macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan yaitu:

1. Triangulasi Data

Untuk mendukung keabsahan data peneliti menggunakan dokumen, arsip, hasil observasi dan hasil wawancara sebagai media pemeriksaan.

2. Triangulasi Pengamat

Dalam penelitian ini, dosen pembimbing bertindak sebagai pengamat (*expert judgement*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

3. Triangulasi Teori

Penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memenuhi syarat.

4. Triangulasi Metode

Menggunakan beberapa metode untuk melakukan penelitian, yaitu: metode observasi, wawancara dan dokumentasi.³³

Dalam penelitian ini, untuk melakukan keabsahan data, teknik yang digunakan peneliti untuk menjamin keaslian data yang diperoleh di lapangan adalah dengan menggunakan teknik triangulasi metode, yakni dengan menggunakan berbagai metode yang ada untuk mencapai informasi yang akurat seperti observasi, wawancara dan dokumentasi.

d. Pengecekan Teman Sejawat

Pengecekan teman sejawat melalui diskusi, bertujuan untuk memperoleh kritikan atas hasil yang didapatkan, sehingga dapat

³³ Deny Nofriansyah, *Penelitian Kualitatif: Analisis Kinerja Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan*, (Yogyakarta: Deepublish, Juni, 2018), hlm. 13-14.

menuju ketinggian kepercayaan dan kebenaran dari data hasil penelitian. Pengecekan teman sejawat ini dalam penelitian kualitatif setara dengan validasi ahli dalam penelitian dan pengembangan. Peneliti berdialog dengan rekan-rekan sejawatnya yang ahli dalam penelitian kualitatif dan ahli dalam bidang fokus kajian. Teman sejawat adalah ahli yang tidak ikut serta dalam penelitian yang sedang dilakukan. Penggunaan teknik ini menunjukkan bahwa peneliti terbuka terhadap hasil interpretasi dengan menerima kritikan dari hasil temuan.

e. Kecukupan Referensi

Kecukupan referensi maksudnya keabsahan data hasil penelitian juga dapat dilakukan dengan memperbanyak referensi yang dapat menguji dan mengoreksi hasil penelitian.³⁴ Oleh karena itu, untuk mencukupi kecukupan referensi peneliti menggunakan rumus-rumus yang terdapat di atas untuk mengetahui tingkat profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan penelitian ini mengacu kepada pedoman penulisan skripsi UIN Mataram. Penulisan skripsi ini menggunakan bahasa yang baik dan benar sesuai dengan ejaan kamus besar bahasa Indonesia. Secara umum skripsi ini dipilih menjadi tiga bagian yaitu:

1) Bab I PENDAHULUAN

Dalam bab ini memaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, ruang lingkup dan *setting* penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

2) Bab II PAPARAN DATA DAN TEMUAN

Dalam bab ini berisi hasil dan pembahasan terkait penelitian yang merupakan jawaban dari fokus penelitian.

³⁴ Burhan Bungin, “*Penelitian Kualitatif*”, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007), hlm. 259.

3) Bab III PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjawab rumusan masalah yang mencakup kondisi dan strategi untuk meningkatkan profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram.

4) Bab IV PENUTUP

Dalam bab ini memaparkan kesimpulan dan saran.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB II

STRATEGI MENINGKATKAN PROFITABILITAS UKM COKELAT GILA DI KOTA MATARAM

A. Gambaran Umum Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram

1 Profil Berdirinya UKM Cokelat Gila Kota Mataram

Sejarah membangun Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila Kota Mataram pada tahun 2016 sampai sekarang. UKM Cokelat Gila ini didirikan oleh Bapak Loni dan istrinya, awalnya Cokela Gila didirikan untuk coba-coba dalam memulai bisnis, namun walaupun hanya sekedar coba-coba Bapak Loni dan istri memulai bisnis bermodalan ilmu yang pernah dipelajari tentang bisnis. Oleh karena itu, beliau mencoba memulai bisnis untuk menerapkan ilmu yang pernah beliau pelajari, walaupun awalnya hanya untuk mendapatkan *passive income* namun seiring berjalannya waktu Cokelat Gila ini mulai untuk merekrut pegawai dan sampai sekarang hal itu masih terjadi.

Sesuai dengan keinginannya yang ingin mengembangkan bisnis dengan pesat bahkan ingin Go International Cokelat Gila ini juga sangat ingin untuk meminimalisir atau mengecilkan terjadinya kemiskinan dengan merekrut pengangguran menjadi pegawai. Oleh karena itu, setiap pembukaan *outlet* baru Cokelat Gila merekrut karyawan baru. Tidak jauh-jauh mencari pegawai baru Bapak Loni cukup mencari pemuda pemudi yang ada di desanya terkhususnya, lalu kemudian mencari pegawai baru keranah yang lebih luas.

2 Visi-Misi UKM Cokelat Gila Kota Mataram

a. Visi

Menjadikan minuman Cokelat Gila dapat berkembang lebih pesat dan semakin maju.

b. Misi

- a) Membuka lapangan pekerjaan;
- b) Meminimalisir atau mengecilkan angka kemiskinan;

- c) Membuat produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau;
- d) Memberikan pelayanan terbaik;
- e) Menghadirkan solusi bagi konsumen.

3 Letak Geografis UKM Cokelat Gila Kota Mataram

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti yang dilihat dari letak penempatan penjualan atau pemasaran tersebut dapat disimpulkan bahwa letak UKM Cokelat Gila cukup strategis, apalagi dengan banyaknya cabang yang langsung berhadapan dengan jalan raya dan penempatan tempat produksinya yang dekat dengan permukiman warga, membuat warga menjadi bisa melihat dan menilai sendiri bagaimana proses produksi dari Cokelat Gila tersebut. Dari beberapa tempat tersebut seperti 3 *outlet* dibundaran Jempong Kota Mataram, 1 *outlet* di Pagesangan, 1 *outlet* di Kediri, 1 *outlet* di Monumen Tank, 1 *outlet* di Abian Tubuh, 1 *outlet* di Kuta, dan 1 *outlet* di Banyumulek.

4 Varian Menu UKM Cokelat Gila Kota Mataram

Cokelat Gila adalah usaha yang awalnya hanya menyajikan minuman es rasa cokelat. Namun, semakin banyaknya pesaing yang menjual es rasa cokelat menjadikan Bapak Loni selaku pemimpin Cokelat Gila harus mencari solusi atas hal tersebut. Sehingga Bapak Loni mempunyai inisiatif untuk membuat varian atau rasa baru dari Cokelat Gila. Adapun varian rasa baru dari Cokelat Gila seperti Cokelat Asli Topping Minicip, Rasa Melon, Rasa Strawberi, Vanilla, Teh Tik Tok Boba.

Table 2.1
Varian Rasa Cokelat Gila

NO.	PRODUK	HARGA
1	Cokelat Gila	Rp 7.000
2	Cokelat Asli Topping Minicip	Rp 7.500
3	Rasa Melon	Rp 8.500
4	Rasa Strawberi	Rp 8.500
5	Vanilla	Rp 7.500
6	Teh Tik Tok Boba	Rp 10.000

Sumber : Dokumentasi Outlet Cokelat Gila³⁵

Cokelat Gila mempunyai menu yang beragam, karena dengan hal itu dapat membuat konsumen menjadi tidak bosan dalam menikmati minuman yang itu-itu saja. Varian menu Cokelat Gila seperti; minuman rasa Cokelat Gila itu sendiri, Cokelat Asli Topping Minicip, Rasa Melon, Rasa Strawberi, Vanilla, Teh Tik Tok Boba. Untuk harga sangat terjangkau dan ramah dikantong siapapun, baik itu anak-anak, remaja, anak sekolahan, bahkan anak kuliah juga, harganya dimulai dari 7.000-an hingga sampai 10.000-an dengan rasa yang tidak kaleng-kaleng.

Dengan semakin berkembangnya usaha cokelat gila dan persaingan yang semakin ketat serta dengan minuman yang viral akhir-akhir ini seperti minuman rasa boba, membuat usaha cokelat gila mengeluarkan terobosan baru didaftar menu atau *banner* cokelat gila seperti cokelat ori boba, strowbery boba, melon boba, teh tiktok boba, cappuccino boba, vanilla boba, dan caramel boba. Harganya juga terjangkau, apalagi untuk pecita boba, dari harga 10.000-an sampai belasan ribu, agar lebih memudahkan para pecinta boba dalam menikmatinya karena tidak pusing dengan harga.

³⁵ Wawancara, Banyumulek, 21 Maret 2023

5 Struktur Organisasi UKM Cokelat Gila Kota Mataram

Cokelat Gila adalah Usaha Kecil Menengah yang berdiri pada tahun 2016 yang didirikan oleh Bapak Loni sampai sekarang. Minuman Cokelat Gila ini sendiri sudah berkembang dengan pesat, hingga banyak memiliki cabang dengan penempatan masing-masing outlet yang sangat strategis. Jumlah cabang UKM Cokelat Gila sendiri sudah sampai 9 cabang. Berikut struktur organisasi yang ada di UKM Cokelat Gila.



Struktur organisasi UKM Cokelat Gila, dengan Bapak Loni sebagai Ouner atau pemilik usaha minuman cokelat gila, Ibu Eni atau istri Bapak Loni sebagai sekretaris dan Bapak Ali sebagai manager disemua bidang yang ada di UKM Cokelat Gila tersebut.

B. Strategi dalam Meningkatkan Profitabilitas UKM Cokelat Gila Kota Mataram

Untuk mendirikan perusahaan biasanya diperlukan modal. Oleh sebab itu, dalam kegiatan mengembangkan perusahaan akan selalu menghadapi masalah yang dinyatakan dengan istilah resiko. Setiap usaha mengembangkan kegiatan ekonomi akan menghadapi resiko. Oleh karena itu, Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila mengantisipasi dengan mengadakan beberapa strategi dari awal pembuatan nama produknya sampai dengan proses mengembangkannya, seperti dalam wawancara peneliti berikut:

Bagaimana anda selaku pemilik dari UKM Cokelat Gila menamakan usahanya dengan nama Cokelat Gila? Kenapa tidak menamakannya dengan nama lain seperti minuman cokelat yang lain?

Karena saya salah satu pengguna sosial media, jadinya saya tahu apa yang sedang trend dan sekiranya menarik untuk para anak muda. Dalam bayangan saya, jika saya menamakannya dengan nama yang unik seperti minuman Cokelat Gila maka hanya dengan mendengar namanya saja maka orang yang dengar akan tertarik untuk mencobanya, apalagi dengan manfaat cokelat yang bisa menghilangkan stress, marah, banyak pikiran dan lainnya.

Dari pernyataan Bapak Loni kita bisa mengambil kesimpulan bahwa kita terlebih dahulu menargetkan target pasar, maka dengan begitu kita bisa melakukan target atau *planning* selanjutnya, seperti dengan memberikan nama yang unik seperti Cokelat Gila.

“Apakah sebelum anda membuat usaha terdapat target atau planning yang mungkin nanti setelah anda menjalankan usaha, anda akan menerapkannya untuk mengembangkan bisnis anda?”

“Untuk hal itu saya tentunya memilik langkah-langkah dalam usaha saya jika sekiranya usaha saya ini akan berjalan dengan lancar, karena dengan begitu saya bisa mengembangkan usaha saya”

Dari pernyataan Bapak Loni kita bisa mengambil kesimpulan bahwa *planning* itu tentunya sangat penting dalam dunia usaha dimana

jika kita tidak memiliki planning kemungkinan besar usaha kita bisa macet ditengah jalan.

“Apakah anda melakukan promosi atau seperti melakukan posting-posting kedalam sosial media atau bahkan membuat konten-konten video seperti sekarang anak-anak muda dan orang-orang seperti tidak lepas dengan sosial media?”

“Tentu saja, karena sekarang orang-orang suka penasaran jika suatu usaha dibubuhkan dengan kata promosi apalagi dengan posting-posting atau bahkan membuat konten-konten video seperti yang mbak katakana bahwa sekarang orang-orang tidak terlepas dengan yang namanya sosial media. Oleh karena itu, saya juga bekerjasama dengan beberapa influencer yang memiliki cukup banyak pengikut dengan begitu jangkauan pelanggan akan jauh lebih luas, tetapi bukan hanya itu saya juga membuat beberapa akun media sosial seperti di aplikasi-aplikasi yang bnayak orang gunakan seperti tiktok, website, facebook, dan lain sebagainya yang saya namakan Cokelat Gila Lombok.”

Dari pernyataan Bapak Loni kita bisa mengambil kesimpulan bahwa memang di zaman sekarang ini memang kita dituntut untuk tidak gagap teknologi lebih-lebih gagap sosial media, karena banyak sekali informasi dan hal-hal penting yang sangat kita butuhkan.

“Bolehkah saya tahu, bahan-bahan apa saja yang digunakan sehingga berbeda dengan minuman cokelat lainnya?”

“Seperti namanya bahan-bahan yang digunakan juga sama yaitu cokelat itu sendiri. Namun, jika kebanyakan penjual minuman rasa co kelat menggunakan bahan yang dibeli dan sudah jadi seperti Pop Ice, Good Day dan serbuk cokelat yang lainnya. Berbeda dengan jenis minuman cokelat di outlet kami, karena kami menggunakan serbuk cokelat asli agar cita rasa cokelat tidak memudar saat di mixer dan tidak lupa pula menambahkan gula agar lebih nikmat.”

Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati

apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan.

Mengembangkan usaha kecil agar menjadi besar bukan menjadi perkara mudah. Pasalnya untuk melakukan hal tersebut, seorang pengusaha haruslah berusaha sangat keras. Bahkan mereka rela meninggalkan urusan pribadi demi perkembangan bisnis, karena kunci sukses seorang pengusaha adalah kerja keras, cerdas dan pantang menyerah begitu pun dengan pengusaha yang menjalani bisnis kecil. Mereka pun harus berjuang dan menerapkan kiat-kiat khusus agar usahanya bisa berhasil dan lebih besar. Hal itu bertujuan untuk dipahami dan dimengerti bagaimana mengembangkan usaha kecil itu sendiri hingga membuahkan hasil.

“Seiring berkembangnya waktu, membuat semakin banyaknya pesaing yang saling mengejar, baik dari kalangan usaha yang baru memulai usahanya maupun usaha yang sedang berkembang. Namun hal itu tentu membuat pengusaha dari banyak kalangan diharuskan ekstra memikirkan inovasi baru dari usaha masing-masing. Jadi apakah Bapak selalu menambahkan varian rasa terbaru dalam daftar menu minuman yang anda jual?”

“Di zaman sekarang ini persaingan usaha semakin ketat, oleh karena itu saya menerapkan inovasi rasa baru di dalam daftar menu untuk mempertahankan konsumen tetap dan untuk memikat konsumen baru. Minuman Boba sudah sangat terkenal sekarang, otomatis kami juga tidak boleh ketinggalan. Kami juga mengeluarkan menu minuman Gila Boba namun dengan desain dan tampilan yang praktis.”³⁶

Lahirnya inovasi baru Gila Boba memberikan perubahan yang cukup signifikan, karena respon dari konsumen yang sangat baik. Bagaimana tidak, minuman varian baru rasa boba merupakan minuman terkini yang sering digandrungi dan bahkan sangat disukai oleh banyaknya pecinta minuman.

Berbagai macam cara harus dilakukan pengusaha untuk mencapai tujuannya, untuk mencapai tujuan tersebut hal yang harus dimiliki oleh

³⁶ Bapak Loni (Pemilik Usaha), Wawancara, Banyuwangi Lombok Barat, 21 Maret 2023.

para pelaku usaha adalah gagasan atau ide-ide baru supaya para konsumen semakin tertarik dan ingin mencoba produk tersebut. Setelah berbagai macam jenis produk telah ditawarkan atau inovasi-inovasi baru yang dilakukan oleh UKM Cokelat Gila, maka hal yang harus dilakukan supaya semua orang lain lebih mengetahui informasi tentang Cokelat Gila yaitu dengan promosi *marketing* (pemasaran). Seperti yang dikatakan oleh Bapak Loni:

“Di masa sekarang ini strategi yang kami lakukan yaitu yang pertama memaksimalkan sosial media seperti berjualan melalui facebook, instagram, whatsapp, hingga melalui jasa selebgram dan terakhir yang dapat kami lakukan adalah dengan cara melakukan promosi”

Sosial media dapat dilakukan bagi para pelaku usaha untuk membagi informasi tentang usahanya, apalagi di masa sekarang ini yang serba modern dan tidak pernah luput dari social media sehingga pemilik UKM Cokelat Gila Bapak Loni memanfaatkan sosial media seperti *facebook*, *instagram* untuk berjualan hingga menggunakan *whatsapp* untuk memudahkan pelanggan melakukan interaksi dan promosi serta membuat web agar masyarakat lain mudah mengetahui lokasi dan informasi terkait UKM Cokelat Gila, selain itu Cokelat Gila juga menggunakan jasa *selebgram* supaya produk dapat dengan mudah diketahui oleh lebih banyak orang. Seperti yang telah diungkapkan oleh Bapak Loni:

“Supaya masyarakat lebih mengetahui tentang usaha kami, cara yang kami lakukan adalah dengan posting di sosial media dan kami juga membayar influencer-influencer untuk memperkenalkan produk kami agar masyarakat luas banyak yang tau. Dan salah satu cara kami juga adalah dengan memberikan promo yang luar biasa untuk konsumen”.³⁷

“Jika hanya memaksimalkan sosial media, lalu apa bedanya dengan pengusaha lain yang sama-sama menggunakan sosial media?”

“Sebelum memulai usaha bukankah kita harus memikirkan tahapan-tahapan (planning) terlebih dahulu, nah kami juga sama

³⁷ Bapak Loni (Pemilik Usaha), Wawancara, Banyumulek Lombok Barat, 21 Maret 2023.

memikirkan tahapan-tahapan sebelum menjalankan usaha, serta mengantisipasi langkah lain dengan membuat tahapan cadangan, seperti pada saat kami baru memulai usaha langkah yang seharusnya sudah disiapkan jika memang yang berada di lapangan berjalan lancar, namun karena kurang lancar jadinya kami menggunakan langkah cadangan. Kami juga melihat dilapangan dan kemidan menentukan target pasar, saya tidak tahu target pasar kami sama dengan pengusaha minuman lain atau tidak tapi kami menargetkan anak-anak muda, anak kuliah, anak sekolahan, dewasa, anak-anak dan yang lain mengikuti. Karena itu kami menyediakan fasilitas-fasilitas yang mendukung target pasar kami.”

Pengusaha yang mengerti akan pasar memang sudah seharusnya seperti itu, menyusun planning dan mempunyai target pasar yang tepat. Karena banyak pengusaha yang gagal hanya karena planning yang digunakan tidak tepat dan tidak mempunyai planning cadangan serta target pasar yang salah.

“Apakah anda bekerja sama dengan tempat minuman sejenis atau bekerjasama dengan orang-orang atau bahkan tempat-tempat yang bisa mendukung perkembangan bisnis Bapak?”

“Untuk bekerjasama, tentunya saya bekerjasama dengan beberapa organisasi atau bahkan instansi besar seperti bekerjasama dengan Bank Mandiri, bekerjasama dengan Food Truck Lombok, Jakarta, Solo, dan Surabaya dengan demikianlah saya bekerjasama dengan instansi-isntansi besar tersebut untuk lebih mengembangkan usaha saya”

C. Pembahasan

Motivasi untuk mencari keuntungan (profit) ini sangat penting perannya dalam mengembangkan berbagai kegiatan usaha. Keuntungan dari setiap usaha tidak secepatnya akan diperoleh. Keuntungan hanya akan dinikmati di masa depan. Untuk mendirikan perusahaan biasanya diperlukan modal. Oleh sebab itu, dalam setiap kegiatan mengembangkan perusahaan akan selalu dihadapi masalah yang dinyatakan dengan istilah risiko. Setiap usaha mengembangkan kegiatan ekonomi akan menghadapi risiko.

Risiko merupakan suatu keadaan yang menekankan tentang kemungkinan bahwa di masa depan akan terjadi peristiwa yang berbeda dengan yang diramalkan setiap perusahaan didirikan dengan harapan untuk memperoleh untung. Akan tetapi haruslah diingat bahwa perusahaan yang didirikan belum tentu memperoleh keuntungan seperti yang diramalkan. Pengembangan perusahaan yang pada akhirnya mengalami kerugian dan harus dibubarkan selalu akan dapat dilihat dalam setiap masyarakat. Keberanian untuk mengambil risiko merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari usaha mengembangkan perusahaan.³⁸

Strategi yang digunakan UKM Cokelat Gila dalam mengembangkan bisnisnya, yaitu:

a. Nama *brand/product*

Nama *brand/product* sangat penting guna untuk memberikan *interesting* kepada konsumen hanya dengan namanya. UKM Cokelat Gila menggunakan nama dalam produknya dengan nama yang unik yaitu cokelat gila, yang dimana termotivasi dari manfaat cokelat yang bisa menghilangkan stress, marah dan lainnya sehingga cokelat gila terdengar menarik bagi orang yang mendengar.

b. Memiliki *planning* yang baik

Mempunyai *planning* yang baik memang sudah seharusnya dimiliki oleh seorang pengusaha sebelum membuka usaha dan tidak lupa pula membuat *planning* cadangan, Karena terkadang apa yang sudah kita rencanakan tidak sesuai dengan apa yang ada dilapangan. Begitupun dengan UKM Cokelat Gila, mereka mempunyai *planning*

³⁸ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 5-6.

yang matang dan mempunyai *planning* cadangan. Hal tersebut dapat memudahkan mereka dalam menjalankan usahanya.

c. Memiliki target pasar yang tepat

Dalam dunia usaha sudah seharusnya untuk mempunyai target pasar, karena hal itu sudah seharusnya ada sebelum memulai usaha. Banyak sekali pengusaha yang gagal bahkan yang baru saja memulai usaha dikarenakan belum mempunyai target pasar atau salah memilih target pasar. Namun, tidak dengan UKM Cokelat Gila, karena mereka menargetkan target pasar yang tepat untuk mengembangkan usahanya. UKM Cokelat Gila menargetkan anak-anak muda, anak kuliah, anak sekolah, dewasa, anak-anak dan yang lain mengikuti. Karena itu mereka menyediakan fasilitas-fasilitas untuk mendukung target pasarnya.

d. Membuat Inovasi Baru

Menurut Hamijoyo (2002) dalam Sisca mengatakan inovasi adalah perubahan yang baru ada dan juga berbeda dari yang sebelumnya sudah ada dan digunakan untuk meningkatkan kemampuan dalam mencapai tujuan.³⁹ Banyaknya pesaing yang saat ini semakin banyak tidak menghalangi untuk terus melakukan inovasi dan bertindak kreatif dalam meningkatkan produktivitas kehidupan di zaman yang serba cepat dan di era teknologi digital saat ini.

Begitupun dengan UKM Cokelat Gila melakukan inovasi dengan membuat menu-menu baru dan nama *brand* baru yaitu Gila Boba untuk mempertahankan pelanggan tetap dan menarik pelanggan baru.

e. *Content Marketing*

UKM Cokelat Gila selaku usaha kekinian yang mengedepankan target pasar dengan peluang usaha yang besar tentu tidak kalah modern dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas dengan membuat konten-konten berupa video, foto atau lainnya. Hal ini dilakukan secara rutin guna

³⁹ Sisca, dkk., *Manajemen Inovasi*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hal. 27-28.

menarik minat prospek dan mendorong masyarakat pada proses pembelian produk minuman cokelat gila.

f. Melakukan Promosi

Promosi merupakan salah satu strategi yang tepat dilakukan untuk menjual suatu produk. Promosi juga merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan pada suatu perusahaan.

Setelah inovasi baru dikeluarkan UKM Cokelat Gila, selanjutnya strategi yang dilakukan perusahaan adalah promosi. Promosi dilakukan supaya banyak masyarakat mengetahui informasi tentang minuman Cokelat Gila dan produk-produk yang ditawarkan. Tentu menggunakan sosial media yang ada. Apalagi adanya *Gila Boba* yang telah disediakan di beberapa *outlet* yang ada. Cara ini sangatlah mudah dan merupakan hal yang sangat penting bagi perkembangan usaha serta dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Promosi yang dilakukan pengusaha Cokelat Gila adalah menggunakan sistem *online* (daring) dengan memanfaatkan teknologi yang ada seperti: *tiktok*, *facebook*, *instagram*, *blog*, dan *whatsapp*.

UKM Cokelat Gila dalam mengembangkan usahanya sehingga menggunakan strategi promosi seperti membuat iklan yang dipasangkan di mobil angkutan usaha cokelat gila supaya orang lain dapat membacanya. Selain itu perusahaan menggunakan media interaktif dengan memanfaatkan aplikasi untuk berjualan dan membuat situs atau *website* seperti *blog* dan sejenisnya tentang perusahaan yang dapat dijangkau oleh masyarakat.

Gambar 2.1
Facebook Cokelat Gila



Facebook cokelat gila yang bisa langsung tersambung dengan aplikasi Whatsapp. Melalui media promosi ini, cokelat gila bisa memudahkan konsumen untuk memesan.

Gambar 2.2
Prommosi minuman Cokelat Gila



Promosi minumannya dibuat semenarik mungkin untuk menarik ketertarikan konsumen.

Gambar 2.3
Promosi Delicious Ayam Cokelat



Gambar 2.4
Promosi Ayam Cokelat Gratis 1 Cup Cokelat Gila



UKM Cokelat Gila juga membuat menu baru untuk tetap membuat konsumen menjadi loyal serta membuat promosi dalam memasarkannya, seperti membeli satu porsi menu ayam cokelat gratis satu *cup* minuman cokelat gila. Sehingga bukan hanya

kenyang yang konsumen dapat melainkan kenyang juga. Hal tersebut membuat konsumen menjadi berfikir untuk lebih baik membeli di UKM Cokelat Gila karena akan mendapatkan kenyang dan segar, daripada ditempat lain hanya mendapatkan salah satunya (kekenyangan dan kesegaran).

Pada usaha Cokelat Gila tujuan tersebut merupakan hal yang diinginkan bahkan seluruh usaha akan melakukannya. Oleh karena itu, dengan cara promosi inilah UKM Cokelat Gila dapat membagikan informasi kepada konsumen sehingga dapat menarik minat konsumen dan supaya perusahaan menjadi lebih berkembang dan diketahui masyarakat luas.

g. Bekerjasama dengan *Influencer*

Dengan melakukan kerjasama dengan orang-orang yang berpengaruh atau *influencer* menjadikan produk yang di reviewnya menjadi terkenal bahkan menjadikan suatu brand menjadi dikenal masyarakat luas. UKM Cokelat Gila juga menggunakan jasa *influencer* meskipun Cokelat Gila cukup terkenal, namun dengan menggunakan jasa *influencer brand* Cokelat Gila akan menjadi lebih terkenal.

h. Membuka *outlet* baru di beberapa tempat

Semakin berkembangnya Cokelat Gila membuatnya untuk semakin memperluas pemasarannya, terlihat dengan dibukanya outlet baru, seperti yang ada di Jembatan Gantung (depan Monumen Tank, Kuta Mandalika dan lainnya sehingga masyarakat juga menjadi lebih mudah untuk menjangkaunya.

i. Bekerjasama dengan Food Truck Lombok, Jakarta, Solo dan Surabaya

Cokelat Gila adalah salah satu UKM yang sedikit demi sedikit memperluas pemasarannya. Salah satu cara memperluas pemasarannya adalah dengan memperluas jaringan hingga Cokelat Gila bekerja sama dengan Food Truck Lombok, Jakarta, Solo dan Surabaya. Hal tersebut membuat Cokelat Gila semakin terbantu dalam memperluas jaringan dan pemasarannya.

j. Bekerjasama dengan Bank Mandiri

Cokelat Gila tidak tanggung-tanggung dalam memasarkan produk-produknya, terbukti dengan Cokelat Gila yang bisa bekerjasama dengan salah satu bank di Indonesia yaitu Bank Mandiri.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB III

KONDISI PROFITABILITAS UKM COKELAT GILA DI KOTA MATARAM

A. Kondisi Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram

Cokelat Gila merupakan minuman yang awalnya hanya memproduksi rasa cokelat. Cokelat Gila adalah salah satu minuman rasa cokelat dan satu-satunya minuman cokelat gila yang ada di Lombok Barat serta minuman yang banyak diminati oleh orang-orang baik dari berbagai kalangan tidak terkecuali mahasiswa dan remaja.⁴⁰ Naik turunnya profitabilitas suatu usaha tidak terlepas dari yang namanya modal, penjualan, dan total aktiva atau keseluruhan dari kekayaan. Seperti dalam wawancara dengan Bapak Loni selaku owner Cokelat Gila kita berikut:

“Awal mula anda membangun usaha tentunya memerlukan modal, jika boleh saya tahu kira-kira berapa modal yang anda butuhkan untuk membangun usaha Cokelat Gila ini?”

“Aawal mula saya membangun usaha Cokelat Gila ini, modal saya kurang lebih hanya Rp. 3.000.000, karena saya juga membutuhkan gerobak untuk penjualan jadi saya menggunakan separuh dari uang tersebut untuk membuat gerobak Cokelat Gila yang pada saat itu saya hanya membuat gerobak sederhana. Kemudian sisa uang tersebut yang kurang lebih cukup untuk saya membeli bahan-bahan dan juga peralatan untuk memulai usaha”

Dalam wawancaranya, UKM Cokelat Gila ini dibangun hanya bermodalkan kurang lebih Rp 3.000.000 untuk memulai usahanya. Dengan dimulai dari pembuatan gerobak Cokelat Gila sebagai sarana dan prasaranya penjualan, hingga sampai membeli bahan-bahan dan peralatan yang dibutuhkan dalam penjualan Cokelat Gila.

⁴⁰ Observasi, Banyumulek, 21 Maret 2023

“Pada awal-awal saya membuka usaha Cokelat Gila ini memang belum populer seperti sekarang ini, apalagi keberadaannya hanya di satu tempat. Namun saya berinisiatif membuka outlet Cokelat Gila di Bundaran Jempong Kota Mataram, karena disana adalah tempat dimana orang-orang banyak datang untuk berfoto di bawah Tembolak atau hanya untuk bersantai sambil menikmati sore”

UKM Cokelat Gila telah berjalan kurang lebih selama 8 tahun pada awal pembukaannya hanya berjalan biasa saja. Bubuk cokelat yang dibuat juga tidak terlalu banyak, karena hanya penduduk sekitar yang membeli.

“Apakah setelah Bapak membuka outlet yang berlokasi di Bundaran Jempong membuat usaha Bapak berkembang?”

“Bisa dibilang ada kemajuan dari biasanya, karena dengan membuka outlet di Bundaran Jempong ini membuat minuman Cokelat Gila sedikit berkembang.”

Dari wawancara tersebut, memang sangat penting untuk memulai bisnis selain dengan cita rasa produk yang kita jual kita juga harus menentukan letak kestrategisan outlet tempat kita berjualan.

“Lalu bagaimana kondisi penjualan anda dari anda berjualan sampai dengan saat ini?”

“Kondisi penjualan saya cukup baik, walau terkadang sering mendapatkan kondisi yang naik turun, hingga sampai membuat saya memerlukan modal tambahan untuk tetap menstabilkan usaha saya. Hingga kemudian saya bisa mencapai titik sekarang ini, usaha cokelat saya berkembang dan tentunya saya juga menambahkan varian-varian baru untuk tetap mempertahankan pelanggan-pelanggan saya.”

Dalam wawancaranya, UKM Cokelat Gila memang sama seperti Usaha Kecil Menengah pada umumnya yang seringkali mendapatkan kondisi naik turun hingga sampai memerlukan tambahan modal untuk tetap menstabilkan penjualan. Jika usaha lain mungkin saja akan gulung tikar atau menyerah dalam menggeluti usaha tersebut dan beralih dengan usaha yang lain. Namun Bapak Loni tidak, beliau dengan gigih membangun dan mempertahankan usahanya hingga pada puncaknya beliau sampai pada titik ini.

“Apakah anda hanya menjual minuman saja? Dan tidak menambahkan jenis jualan anda? Mungkin untuk melengkapi usaha anda?”

“Dengan kondisi yang naik turun seperti yang saya jelaskan tadi, saya tentunya menambahkan jenis jualan bukan hanya sebagai pelengkap tapi saya memang menambakkannya karena saya ingin membuat usaha varian baru, seperti ‘rujak ngempet elor’ dikarenakan banyak sekali anak-anak muda atau remaja yang menyukai makanan ini, jadi saya berinisiatif untuk menambahkan jualan saya dengan menjual rujak ngempet elor ini”

Dalam wawancaranya, UKM Cokelat Gila ternyata menambahkan jualan jenis baru yaitu ‘rujak ngempet elor’. Dengan banyaknya peminat rujak baik dari kalangan mahasiswa, remaja hingga sampai ibu-ibu menyebabkan owner Cokelat Gila mengambil kesempatan itu untuk mengembagkan usahanya.

“Apakah sebelumnya Bapak tidak mempromosikan minuman Cokelat Gila melalui media sosial atau menggunakan jasa influencer mungkin agar masyarakat tahu kalau sekarang sudah ada minuman coklat yang enak dan kekinian?”

“Awalnya saya hanya mempromosikan minuman Cokelat Gila melalui media social, seperti Facebook, Instagram dan bahkan membuat laman website. Namun, saya mencoba mengambil langkah untuk menghubungi beberapa influencer yang memang ada dibidang makanan walaupun targetnya tidak tinggi, akan tetapi bagi saya hanya dikenal banyak orang sudah sangat bagus hitung-hitung langkah awal pengenalan produk kami.”⁴¹

Langkah awal memang harus selalu diperhitungkan, karena dengan langkah awal tersebut kita bisa menentukan langkah selanjutnya yang lebih berkompeten.

⁴¹ Observasi, Banyumulek, 21 Maret 2023

Table 3.1
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode Januari 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 18.300.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			<u>Rp 50.000 +</u>	
				(Rp 50.000)
Penjualan bersih				Rp 18.250.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 5.500.000	
Pembelian		Rp 10.950.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	<u>Rp 150.000+</u>			
		(Rp 150.000)		
Pembelian Bersih			<u>Rp10.800.000+</u>	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 16.300.000	
Persediaan Barang Dagang (Akhir)			(Rp 4.900.000)	
HPP				(Rp 11.400.000)
Laba Kotor				Rp 6.850.000
Total Beban				
Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Peny. Inventaris		Rp 50.000		
Beban Perlengkapan		Rp 192.000		
Beban Iklan		<u>Rp 20.000 +</u>		
Total Beban				(Rp 3.462.000)
Laba Bersih				Rp 3.388.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁴²

⁴² Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan Januari 2022 mencapai angka Rp 3.388.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 3.388.000 tersebut.

Table 3.2
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode Februari 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 15.250.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			<u>Rp 50.000 +</u>	
				(Rp 50.000)
Penjualan bersih				Rp 15.200.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 3.500.000	
Pembelian		Rp 8.900.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	<u>Rp 50.000+</u>			
				(Rp 50.000)
Pembelian Bersih			<u>Rp 8.850.000+</u>	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 12.350.000	
Persediaan Barang Dagang (Akhir)			<u>(Rp 2.560.000)</u>	
HPP				(Rp 9.790.000)
Laba Kotor				Rp 5.410.000
Total Beban				
Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Penyusutan Inventaris		Rp 50.000		

Beban Perlengkapan		Rp 192.000		
Beban Iklan		<u>Rp 20.000 +</u>		
Total Beban				<u>(Rp 3.462.000)</u>
Laba Bersih				Rp 1.948.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁴³

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan Februari 2022 mencapai angka Rp 1.948.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 1.948.000 tersebut.

Table 3.3
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode Maret 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 16.150.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			<u>Rp 50.000 +</u>	
				<u>(Rp 50.000)</u>
Penjualan bersih				Rp 16.100.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 4.000.000	
Pembelian		Rp 9.450.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	<u>Rp 150.000+</u>			
		<u>(Rp 150.000)</u>		
Pembelian Bersih			<u>Rp 9.300.000+</u>	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 13.300.000	
Persediaan Barang Dagang (Akhir)			<u>(Rp 3.050.000)</u>	
HPP				<u>(Rp 10.250.000)</u>

⁴³ Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

Laba Kotor				Rp 5.850.000
Total Beban				
Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Penyusutan Inventaris		Rp 50.000		
Beban Perlengkapan		Rp 192.000		
Beban Iklan		<u>Rp 20.000 +</u>		
Total Beban				<u>(Rp 3.462.000)</u>
Laba Bersih				Rp 2.388.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁴⁴

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan Maret 2022 mencapai angka Rp 2.388.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 2.388.000 tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

⁴⁴ Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

Table 3.4
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode April 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 16.500.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			<u>Rp 50.000 +</u>	
				(Rp 50.000)
Penjualan bersih				Rp 16.450.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 4.000.000	
Pembelian		Rp 9.450.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	<u>Rp 150.000+</u>			
		(Rp 150.000)		
Pembelian Bersih			<u>Rp 9.300.000+</u>	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 13.300.000	
Persediaan Barang Dagang (Akhir)			<u>(Rp 3.050.000)</u>	
HPP				<u>(Rp 10.250.000)</u>
Laba Kotor				Rp 6.200.000
Total Beban				
Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Peny. Inventaris		Rp 50.000		
Beban Perlengkapan		Rp 192.000		
Beban Iklan		<u>Rp 20.000 +</u>		
Total Beban				<u>(Rp 3.462.000)</u>
Laba Bersih				Rp 2.738.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁴⁵

⁴⁵ Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan April 2022 mencapai angka Rp 2.738.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 2.738.000 tersebut.

Table 3.5
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode Mei 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 15.300.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			<u>Rp 50.000 +</u>	
				(Rp 50.000)
Penjualan bersih				Rp 15.250.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 3.500.000	
Pembelian		Rp 8.900.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	<u>Rp 50.000+</u>			
				(Rp 50.000)
Pembelian Bersih			<u>Rp 8.850.000+</u>	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 12.350.000	
Persediaan Barang Dagang (Akhir)			<u>(Rp 2.560.000)</u>	
HPP				(Rp 9.790.000)
Laba Kotor				Rp 5.460.000
Total Beban				
Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Peny. Inventaris		Rp 50.000		

Beban Perlengkapan		Rp 192.000		
Beban Iklan		<u>Rp 20.000 +</u>		
Total Beban				<u>(Rp 3.462.000)</u>
Laba Bersih				Rp 1.998.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁴⁶

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan Mei 2022 mencapai angka Rp 1.998.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 1.998.000 tersebut.

Table 3.6
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode Juni 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 16.500.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			<u>Rp 50.000 +</u>	
				<u>(Rp 50.000)</u>
Penjualan bersih				Rp 16.450.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 4.000.000	
Pembelian		Rp 8.000.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	<u>Rp 150.000+</u>			
				<u>(Rp 150.000)</u>
Pembelian Bersih			<u>Rp 7.850.000+</u>	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 11.850.000	
Persediaan Barang				<u>(Rp 3.050.000)</u>

⁴⁶ Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

Dagang (Akhir)				
HPP				<u>(Rp 8.800.000)</u>
Laba Kotor				Rp 7.650.000
Total Beban				
Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Penyusutan Inventaris		Rp 50.000		
Beban Perlengkapan		Rp 192.000		
Beban Iklan		<u>Rp 20.000 +</u>		
Total Beban				<u>(Rp 3.462.000)</u>
Laba Bersih				Rp 4.188.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁴⁷

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan Juni 2022 mencapai angka Rp 4.188.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 4.188.000 tersebut.

Perpustakaan UIN Mataram

⁴⁷ Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

Table 3.7
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode Juli 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 16.500.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			<u>Rp 50.000 +</u>	
				(Rp 50.000)
Penjualan bersih				Rp 16.450.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 4.000.000	
Pembelian		Rp 9.450.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	<u>Rp 150.000+</u>			
		(Rp 150.000)		
Pembelian Bersih			<u>Rp 9.300.000+</u>	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 13.300.000	
Persediaan Barang Dagang (Akhir)			<u>(Rp 3.050.000)</u>	
HPP				<u>(Rp 10.250.000)</u>
Laba Kotor				Rp 6.200.000
Total Beban				
Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Peny. Inventaris		Rp 50.000		
Beban Perlengkapan		Rp 192.000		
Beban Iklan		<u>Rp 20.000 +</u>		
Total Beban				<u>(Rp 3.462.000)</u>
Laba Bersih				Rp 2.738.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁴⁸

⁴⁸ Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan Juli 2022 mencapai angka Rp 2.738.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 2.738.000 tersebut.

Table 3.8
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode Agustus 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 16.150.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			<u>Rp 50.000 +</u>	
				(Rp 50.000)
Penjualan bersih				Rp 16.100.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 4.000.000	
Pembelian		Rp 9.450.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	<u>Rp 150.000+</u>			
				(Rp 150.000)
Pembelian Bersih			<u>Rp 9.300.000+</u>	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 13.300.000	
Persediaan Barang Dagang (Akhir)			<u>(Rp 3.050.000)</u>	
HPP				<u>(Rp 10.250.000)</u>
Laba Kotor				Rp 5.850.000
Total Beban				
Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Penyusutan Inventaris		Rp 50.000		

Beban Perlengkapan		Rp 192.000		
Beban Iklan		<u>Rp 20.000 +</u>		
Total Beban				<u>(Rp 3.462.000)</u>
Laba Bersih				Rp 2.388.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁴⁹

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan Agustus 2022 mencapai angka Rp 2.388.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 2.388.000 tersebut.

Table 3.9
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode September 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 15.250.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			<u>Rp 50.000 +</u>	
				<u>(Rp 50.000)</u>
Penjualan bersih				Rp 15.200.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 3.500.000	
Pembelian		Rp 8.900.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	<u>Rp 50.000+</u>			
		<u>(Rp 50.000)</u>		
Pembelian Bersih			<u>Rp 8.850.000+</u>	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 12.350.000	
Persediaan Barang Dagang (Akhir)			<u>(Rp 2.560.000)</u>	
HPP				<u>(Rp 9.790.000)</u>

⁴⁹ Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

Laba Kotor				Rp 5.410.000
Total Beban				
Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Peny. Inventaris		Rp 50.000		
Beban Perlengkapan		Rp 192.000		
Beban Iklan		<u>Rp 20.000 +</u>		
Total Beban				<u>(Rp 3.462.000)</u>
Laba Bersih				Rp 1.948.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁵⁰

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan September 2022 mencapai angka Rp 1.948.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 1.948.000 tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

⁵⁰ Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

Table 3.10
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode Oktober 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 15.300.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			<u>Rp 50.000 +</u>	
				(Rp 50.000)
Penjualan bersih				Rp 15.250.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 3.500.000	
Pembelian		Rp 8.900.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	<u>Rp 50.000+</u>			
		(Rp 50.000)		
Pembelian Bersih			<u>Rp 8.850.000+</u>	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 12.350.000	
Persediaan Barang Dagang (Akhir)			<u>(Rp 2.560.000)</u>	
HPP				<u>(Rp 9.790.000)</u>
Laba Kotor				Rp 5.460.000
Total Beban				
Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Peny. Inventaris		Rp 50.000		
Beban Perlengkapan		Rp 192.000		
Beban Iklan		<u>Rp 20.000 +</u>		
Total Beban				<u>(Rp 3.462.000)</u>
Laba Bersih				Rp 1.998.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁵¹

⁵¹ Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan Oktober 2022 mencapai angka Rp 1.998.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 1.998.000 tersebut.

Table 3.11
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode November 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 16.150.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			<u>Rp 50.000 +</u>	
				(Rp 50.000)
Penjualan bersih				Rp 16.100.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 4.000.000	
Pembelian		Rp 9.450.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	<u>Rp 150.000+</u>			
				(Rp 150.000)
Pembelian Bersih			<u>Rp 9.300.000+</u>	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 13.300.000	
Persediaan Barang Dagang (Akhir)				(Rp 3.050.000)
HPP				<u>(Rp 10.250.000)</u>
Laba Kotor				Rp 5.850.000
Total Beban				
Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Peny. Inventaris		Rp 50.000		
Beban Perlengkapan		Rp 192.000		

Beban Iklan		Rp 20.000 +		
Total Beban				(Rp 3.462.000)
Laba Bersih				Rp 2.388.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁵²

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan November 2022 mencapai angka Rp 2.388.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 2.388.000 tersebut.

Table 3.12
UKM Cokelat Gila
Laporan Ikhtisar Laba/Rugi
Periode Desember 2022

Penjualan bersih				
Penjualan				Rp 16.500.000
Retur penjualan			Rp -	
Potongan penjualan			Rp 50.000 +	
				(Rp 50.000)
Penjualan bersih				Rp 16.450.000
HPP (Harga Pokok Penjualan)				
Persediaan Barang Dagang (Awal)			Rp 4.000.000	
Pembelian		Rp 8.000.000		
Retur Pembelian	Rp -			
Potongan Pembelian	Rp 150.000+			
				(Rp 150.000)
Pembelian Bersih			Rp 7.850.000+	
Barang Tersedia Untuk Dijual			Rp 11.850.000	
Persediaan Barang Dagang (Akhir)				(Rp 3.050.000)
HPP				(Rp 8.800.000)
Laba Kotor				Rp 7.650.000
Total Beban				

⁵² Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

Beban Gaji		Rp 3.000.000		
Beban Sewa		Rp 150.000		
Beban Listrik, Air		Rp 50.000		
Beban Penyusutan Inventaris		Rp 50.000		
Beban Perlengkapan		Rp 192.000		
Beban Iklan		Rp 20.000 +		
Total Beban				(Rp 3.462.000)
Laba Bersih				Rp 4.188.000

Sumber: Wawancara Owner Cokelat Gila⁵³

Dari tabel ikhtisar laba/rugi bisa kita simpulkan bahwa laba bersih pada UKM Cokelat Gila pada bulan Desember 2022 mencapai angka Rp 4.188.000. Hal tersebut bisa didapatkan dari banyaknya akun yang terdapat dalam tabel ikhtisar laba/rugi, namun beberapa akun yang sangat berpengaruh seperti akun penjualan bersih, HPP, laba kotor, dan beberapa akun beban hingga mendapatkan hasil Rp 4.188.000 tersebut.

B. Pembahasan

Profitabilitas (keuntungan) dalam ilmu akuntansi merupakan selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi.⁵⁴ Dalam berbisnis keuntungan adalah yang menjadi tujuan utama daripada perusahaan.⁵⁵ Begitupula dengan usaha Cokelat Gila Kota Mataram untuk mencapai keuntungannya di masa yang sulit ini dimana para pelaku usaha harus menghadapi pesaing yang sama-sama menjalankan usaha minuman cokelat.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti setelah melakukan penelitian dengan mengumpulkan data-data yang diperlukan sesuai dengan rumusan masalah atau fokus penelitian yang

⁵³ Wawancara, Banyumulek, 3 Oktober 2023

⁵⁴ Sonny Sumarson, *Manajemen Koperasi Teori dan Praktek*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003), hal. 13.

⁵⁵ Ahmad Muhammad Al-⁴Assal dan Fathi Ahmad Abdul Karim, *Sistem, Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 1999), hal. 17.

peneliti angkat yaitu kondisi profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram maka dilakukan pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Perubahan Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang mendasari konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.⁵⁶ Begitupula yang dialami oleh UKM Cokelat Gila sejak munculnya pesaing minuman terhususnya pada minuman cokelat dan sejenisnya yang telah merubah kehidupan usaha hingga pada konsumen khususnya. Saat pesaing sedang gencar-gencarnya melanda UKM Cokelat Gila, kebiasaan masyarakat menjadi sedikit berubah namun tidak terlalu signifikan tentu karena adanya pesaing minuman lainnya. Itulah sebabnya kebiasaan tersebut berubah karena kehadiran pesaing minuman lainnya yang dapat membentuk masyarakat untuk mengubah pola pikir mereka. Namun, Cokelat Gila melakukan inovasi dengan menambahkan atau menaburkan toping cokelat diatasnya, hal itu menyebabkan minuman rasa cokelat kembali populer dan disukai oleh kebanyakn orang. Bagaimana tidak, dengan adanya toping rasa cokelat gila menjadi tambah enak, konsumen yang meminumnya juga akan merasakan rasa cokelat yang penuh di mulutnya.

2. Bertambahnya Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap upaya usaha dalam mencapai tujuan. Bagaimanapun majunya teknologi, perkembangan informasi, tersedianya modal dan memadainya bahan, jika tanpa SDM sulit bagi pengusaha untuk mencapai tujuannya.⁵⁷

Begitu juga dengan usaha Cokelat Gila dibalik lancarnya usaha, terdapat sumber daya (tenaga kerja) yang membantu untuk mencapai tujuan perusahaan. Usaha Cokelat Gila dilakukan secara berkelompok untuk mencapai kesuksesan bersama, karena Cokela Gila tidak akan berkembang jika hanya dilakukan oleh satu orang saja.

⁵⁶ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 2.

⁵⁷ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 3.

Dalam mencapai tujuan, Cokelat Gila memerlukan berbagai macam sumber daya, mulai dari sumber daya manusia, peralatan, mesin, keuangan, dan sumber daya informasi. Setiap sumber daya memiliki tugas dan fungsinya masing-masing. Sebagai suatu sistem sumber daya, sumber daya tersebut akan berinteraksi dan saling bekerja sama sehingga tujuan dapat tercapai dengan efektif dan efisien.

Sumber daya manusia sebagai salah satu sumber daya yang ada dalam Cokelat Gila yang memegang peranan penting dalam keberhasilan pencapaian tujuan usahanya. Berhasil atau tidaknya tergantung pada kemampuan sumber daya manusia dalam menjalankan tugas dan fungsinya, karyawan yang ada di Cokelat Gila selalu berperan aktif dan selalu dominan dalam setiap aktifitas usaha Cokelat Gila tersebut, karena karyawan menjadi perencana, pelaku, sekaligus penentu terwujudnya usaha.⁵⁸ Oleh karena itu, untuk pengembangannya setiap membuka *outlet* baru UKM Cokelat Gila selalu membuka lowongan kerja atau mengganti *shift* untuk beberapa pegawai.⁵⁹

Pengukuran rasio profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila dengan menggunakan beberapa indikator, yaitu:

1) *Gross Profit Margin (GPM)*

GPM merupakan ukuran efisiensi operasi perusahaan dan juga penetapan harga pokok. GPM dirumuskan:

$$\begin{aligned} \text{GPM} &= \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga pokok penjualan}}{\text{Penjualan}} \\ &= \frac{32.200.000 - 14.400.000}{32.200.000} \end{aligned}$$

⁵⁸ Samsuni, "Manajemen Sumber Daya Manusia", *Jurnal Ilmiah Keislaman dan Kemasyarakatan*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin, Vol. 17, No. 31.

⁵⁹ Observasi, Banyumulek, 8 Mei 2023

$$= \frac{17.800.000}{32.200.000}$$

$$= 0,553$$

Dari penjumlahan di atas bisa kita simpulkan bahwa ukuran efisiensi operasi perusahaan dan juga penetapan harga pokok atau *Gross Profit Margin (GPM)* Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram pada bulan Maret 2023 harus dicari terlebih dahulu dengan menggunakan rumus penjualan dikurangi dengan harga pokok penjualan lalu dibagi dengan jumlah penjualan, hingga mendapatkan hasil sebesar 0,553.

2) *Operating Profit Margin (OPM)*

Rasio ini menggambarkan *pure profit* (keuntungan murni) yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. OPM dirumuskan:

$$OPM = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Penjualan}}$$

$$= \frac{17.750.000}{32.200.000}$$

$$= 0,551$$

Dari penjumlahan di atas bisa kita simpulkan bahwa *Operating Profit Margin (OPM)* atau *pure profit* (keuntungan murni) yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram pada bulan Maret 2023 harus dicari terlebih dahulu dengan menggunakan rumus laba sebelum pajak lalu dibagi dengan jumlah penjualan, hingga mendapatkan hasil sebesar 0,551.

3) *Net Profit Margin (NPM)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan. NPM dirumuskan:

$$\begin{aligned} \text{NPM} &= \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \\ &= \frac{9.988.000}{32.200.000} \\ &= 0,310 \end{aligned}$$

Dari penjumlahan di atas bisa kita simpulkan bahwa margin laba bersih atas penjualan atau *Net Profit Margin (NPM)* Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram pada bulan Maret 2023 harus dicari terlebih dahulu dengan menggunakan rumus laba setelah pajak lalu dibagi dengan jumlah penjualan, hingga mendapatkan hasil sebesar 0,310.

4) *Return on Investmen (ROI)*

ROI sering disebut *Return on Total Assets (ROA)* adalah pengukuran keseluruhan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. ROI dirumuskan:

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Total aktiva}} \times 100\% \\ &= \frac{9.988.000}{40.108.000} \times 100\% \\ &= 0,249 \end{aligned}$$

Dari penjumlahan di atas bisa kita simpulkan bahwa *Return on Investmen (ROI)* atau *Return on Total Assets (ROA)* Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram pada bulan Maret 2023 harus dicari terlebih dahulu dengan menggunakan rumus laba

bersih sesudah pajak lalu dibagi dengan total aktiva dan dikali dengan 100%, hingga mendapatkan hasil 0,249.

5) *Return on Equity (ROE)*

ROE adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. ROE dirumuskan:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

$$= \frac{9.988.000}{24.238.000} \times 100\%$$

$$= 0,412$$

Dari penjumlahan di atas bisa kita simpulkan bahwa *Return on Equity (ROE)* dari Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram pada bulan Maret 2023 harus dicari terlebih dahulu dengan menggunakan rumus laba bersih sesudah pajak lalu dibagi dengan jumlah modal dan dikali dengan 100%, hingga mendapatkan hasil sebesar 0,412.

6) *Basic Earning Power (BEP)*

Rasio ini menunjukkan kemampuan asset yang dimiliki untuk menghasilkan pendapatan dari aktiva perusahaan sebelum pengaruh pajak dan *leverage*. BEP dirumuskan:

$$\text{BEP} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total aktiva}}^{60}$$

$$= \frac{17.750.000}{40.108.000}$$

$$= 0,442$$

⁶⁰ Syamsuddin, Lukman, 2001. *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Dari penjumlahan di atas bisa kita simpulkan bahwa *Basic Earning Power (BEP)* dari Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram pada bulan Maret 2023 harus dicari terlebih dahulu dengan rumus EBIT dibagi dengan jumlah total aktiva Cokelat Gila, sehingga mendapatkan hasil sebesar 0,442.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Strategi untuk meningkatkan profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelta Gila di Kota Mataram

Ketatnya persaingan di pasar dunia melakukan pemaksaan secara tidak langsung dalam mencapai keunggulan strategi yang benar. Oleh karena itu, Cokelat Gila menetapkan serangkaian strategi, seperti melakukan inovasi baru dengan mengeluarkan serangkaian menu baru seperti Gila Boba dan Ayam Cokelat guna untuk mendongkrak profit yang biasanya masuk. Bukan hanya itu, Cokelat Gila juga melakukan promosi dengan memaksimalkan sosial media, *content marketing*, menggunakan jasa *influencer*, bekerjasama dengan *food truck* Lombok, Jakarta, Solo, dan Surabaya, bekerjasama dengan Bank Mandiri guna untuk memperkenalkan produk Cokelat Gila Lombok kepada masyarakat yang lebih luas. Dengan strategi yang tepat membuat Cokelat Gila dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas, sehingga dengan luasnya pemasaran yang dipasarkan menjadikan usaha cokelat gila semakin berkembang.

2. Tingkat Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram

Dengan berkembangnya usaha Cokelat Gila memungkinkan untuk mendapatkan profitabilitas yang meningkat. Namun, hal tersebut tidak terlepas dari modal, proses penjualan, perubahan perilaku konsumen, bertambahnya sumber daya, dan lainnya. Pengukuran rasio profitabilitas juga mempunyai beberapa cara dalam pengukurannya, seperti *Gross Profit Margin (GPM)*, *Operating Profit Margin (OPM)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Return on Investmen (ROI)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Basic Earning Power (BEP)*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan terkait “Analisis Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram”, maka saran yang diajukan sebagai berikut:

1. Bagi Lokasi Penelitian

Untuk UKM Cokelat Gila, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber rujukan untuk mengembangkan usaha meskipun pada kondisi yang berbeda kedepannya. Serta selalu mempertahankan dan menjaga kualitas produksi baik dari segi rasanya, varian produk, harga produk dan cara pemasaran usahanya sehingga lebih dikenali banyak kalangan. Dan peneliti berharap pengusaha dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk selalu mengakses informasi terkait usaha.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi penelitian yang akan datang dan yang membacanya serta menjadi sumber rujukan untuk pengembangan penelitian kedepannya dengan tema yang sama dan fokus kajian yang berbeda tentang Analisis Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila di Kota Mataram.

3. Bagi Peneliti Sendiri

Peneliti menyadari bahwa pada penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran yang membangun sangat peneliti harapkan guna memperbaiki skripsi ini yang masih jauh dari kata sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

Buku/Jurnal

- Abdul Hakim, “*Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*”, Sukabumi: CV Jejak, 2017, hlm. 85.
- Albi Anggito, dkk., “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Sukabumi: CV Jejak, 2018, hlm. 236-237.
- A. Muri Yusuf, “*Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*”, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, hlm. 329.
- Ayub Usman Rasid, “*Analisis Profitabilitas pada PT. Fast Food Indonesia tbk*”, Jurnal Gorontalo Management Research, Fakultas Ekonomi Universitas Gorontalo, Vol. 1, No. 1, April, 2018, hlm. 49
- Badan Pusat Statistik Kota Mataram, 2022. *Perkembangan UMKM Kota Mataram 2022*. Kota Mataram:Badan Pusat Statistik.
- Choirunnisa, dkk, “*Analisis Pengaruh Penginderaan Pasar, Pemasaran Kewirausahaan, Kemampuan Jaringan, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasran (Studi Pada UKM Makanan dan Minuman di Kota Semarang*”, Jurnal Bisnis Strategi Vol. 27 No. 2 Desember 2018, hlm. 79 –9.
- Pemerintah Indonesia. *Undang-Undang (UU) Nomer 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Negara Republik Indonesia No.4866. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Penelitian yang dilakukan oleh Eko Riyanto dan Firmansyah, “*Analisis Profitabilitas Pada Industri Tekstil dan Produk Tekstil di Indonesia*”, Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan Vol..3 No.2 2020 hlm. 77-89.
- Helaludin dan Hengki Wijaya, “*Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*”, Makassar, Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019, hlm. 134-135.
- Hery, “*Teori Akuntansi Pendekatan Konsep dan Analisis*”, Jakarta: PT Grasindo, 2017, hlm. 313.
- Idhia Fitri Shawalina, “*Analisis Upaya Strategi Pemasaran Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kota*

Pematangsiantar Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Produk UKM Tenun Ulos di Kota Pematangsiantar”, Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik Volume 3 No.2, Desember 2021.

Mauza Amalia A. 2021. *Analisis Tingkat Profitabilitas Industri Kecil Menengah (IKM) Roti Sukses Desa Jagaraga Kecamatan Kuripan Kabupaten Lombok Barat Pada Masa Pandemi Covid-19*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Mataram.

Minanari, “*Pengaruh Profitabilitas, Manajemen Laba dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek)*”, Jurnal Profitabilitas, Universitas Mercu Buana Jakarta, Vol. 11, No. 1, April 2018, hlm. 140.

Syamsuddin, Lukman, 2001. *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Tri Weda Raharjo, dkk., “*Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*”, Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019, hlm.41.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Website

Perpustakaan UIN Mataram

Ericha Andreyra, “100 Pelaku Usaha Kecil Ikuti UMKM Go Online Virtual Expo 2022”, dalam <https://aptika.kominfo.go.id>, diakses tanggal 11 Januari 2023.

Muchlisin Riadi, “Pengertian, Tujuan, Manfaat dan Pengukuran Rasio Profitabilitas”, dalam <https://www.kajianpustaka.com/2019/10/>, diakses tanggal 6 November 2022, pukul 00.28.

Rully Desthian Pahlephi, “UKM: Arti, Kriteria, Ciri, Jenis, dan Perbedaan Dengan UMKM”, dalam <https://finance.detik.com>, diakses tanggal 12 Januari 2023, pukul 12.33.

<https://satudata.kemendag.go.id/kumkm>, diakses tanggal 13 Januari 2023, pukul 06.30.

Wawancara

Novita Prihandini, Observasi, Mataram, 3 November 2022.

Novita Prihandini, Wawancara, Banyumulek, 21 Maret 2023.

Novita Prihandini, Wawancara, Banyumulek, 8 Mei 2023.

Novita Prihandini, Wawancara, Jl.Raya Lmebar, Mataram, Banyu Urip,
Kec.Gerung, 9 Mei 2023.



Perpustakaan UIN Mataram

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lmpiran 1 : Pedoman Wawancara

- A. Pertanyaan mengenai strategi untuk meningkatkan profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram
1. Apa strategi yang dilakukan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan?
 2. Apa strategi yang digunakan perusahaan untuk menarik minat konsumennya atau strategi pemasaran?
 3. Baimanakah Cokelat Gila menerapkan strategi pemasaran dalam memasarkan produknya?
 4. Bagaimanakah Cokelat Gila dalam mempromosikan produknya?
 5. Apa yang membedakan usaha minuman Cokelat Gila dengan minuman cokelat lainnya?
 6. Apa yang dilakukan perusahaan untuk mengembangkan produk dan perusahaannya supaya dikenali oleh masyarakat luas?
 7. Lalu apa harapan perusahaan selanjutnya?
- B. Pertanyaan mengenai kondisi profitabilitas UKM Cokelat Gila di Kota Mataram
1. Bagaimana proses awal membangun usaha?
 2. Mengapa memilih cokelat gila untuk dijadikan usaha?
 3. Apa yang menjadi alasan anda membuka usaha banua cokelat?
 4. Berapakah modal awal anda membuka usaha banua cokelat?
 5. Berapa omzet atau pendapatan UKM Cokelat Gila dalam sebulan/setahun?
 6. Sudah berapa banyak *reseller* yang mengambil produk Cokelat Gila?
 7. Apakah *reseller* membeli bahan-bahan untuk membuat minuman Cokelat Gila secara terus-menerus (*Continue*) atau sekaligus?

Lampiran 2: Daftar Informan

Dalam penelitian ini penulis melampirkan daftar informan yang merupakan sumber informasi mengenai data yang di temukan oleh penulis di lapangan. Adapun daftar informan tersebut adalah sebagai berikut :

No.	Nama	Jabatan	Paraf
1	Bapak Loni	Pemilik Usaha	
2	Ibu Eni	Sekretaris	
3	Juliana Astuti	Konsumen	
4	Putri Diah Lestari	Konsumen	



Lampiran 3: Foto-Foto Wawancara

1. wawancara dengan *owner* atau pemilik usaha Cokelat Gila



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM



2. Gerobak pertama Cokelat Gila



Perpustakaan UIN Mataram

3. Proses pembuatan minuman Cokelat Gila dengan berbagai rasa



Perpustakaan UIN Mataram

4. Bahan-bahan pembuatan Cokelat Gila



5. Minuman Cokelat Gila rasa Strawberi di Jembatan Gantung (depan Monument Tank)



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 4: Berkas Kelengkapan Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 621298-623808 Fax. (0370) 625337 Jempong Mataram
website : <http://febl.uinmataram.ac.id>, email : febl@uinmataram.ac.id

Nomor : 310 /Un.12/FEBI/PP.00.9/03/2023
Lamp : 1 (satu) Gabung
Hal : Permohonan Izin Observasi Penelitian

Kepada Yth,
Cokelat Gila Bundaran Jempong Kota Mataram
Di
Tempat

Assalamu'alaikum wr wb.

Dengan hormat, kami mohon diberikan izin meneliti di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Novita Prihandini
NIM : 190501136
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Penelitian : Analisis Strategi Meningkatkan Profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Cokelat Gila Di Bundaran Jempong Kota Mataram

Berkenaan dengan itu, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data dan bantuan seperlunya agar kegiatan penelitian mahasiswa yang bersangkutan dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Data hasil observasi tersebut diperlukan untuk menyusun skripsi.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr wb.

Mataram, 02 Maret 2023

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bid. Akademik dan
Keterbacaan



Dr. Ratu EL Badriati, M.E.I



UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM Plagiarism Checker Certificate

No:2753/Un.12/Perpus/sertifikat/PC/09/2023

Sertifikat Ini Diberikan Kepada :

NOVITA PRIHANDINI

190501136

FEBI/ES

Dengan Judul SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI MENINGKATKAN PROFITABILITAS USAHA KECIL MENENGAH (UKM)

COKELAT GILA DI KOTA MATARAM

SKRIPSI Tersebut telah Dinyatakan Lulus Uji cek Plagiasi Menggunakan Aplikasi Turnitin

Similarity Found : 25 %

Submission Date : 21/09/2023



IPT Perpustakaan
UIN Mataram

Wahyuniarnawaty, M.Hum
NIP. 197608282006042001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM



UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM Sertifikat Bebas Pinjam

No:2320/Un.12/Perpus/sertifikat/BP/08/2023

Sertifikat Ini Diberikan Kepada :

NOVITA PRIHANDINI

190501136

FEBI/ES

Mahasiswa/Mahasiswi yang tersebut namanya di atas ketika surat ini dikeluarkan, sudah tidak mempunyai pinjaman, hutang denda ataupun masalah lainnya di Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.

Sertifikat ini diberikan sebagai syarat **UJIAN SKRIPSI**.



IPT Perpustakaan
UIN Mataram

Wahyuniarnawaty, M.Hum
NIP. 197608282006042001

Lampiran 5: Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

Nama : Novita Priandini
Tempat, Tanggal Lahir : Temase, 18 Oktober 2001
Alamat Rumah : Langko Lauk, Desa Langko,
Kec. Janapria, Kab.Lombok
Tengah
Nama Ayah : Rehan
Nama Ibu : Sarini

B. Riwayat Pendidikan

Sekolah Dasar : SD Negeri 1 Langko
SMP : SMP Negeri 1 Praya Timur
SMA : SMA Islam Bina Insani Langko

C. Pengalaman Organisasi

Organisasi Internal : English Study Club (ESC)
Perisai Diri (PD)
Organisasi Eksternal :Pergerakan Mahasiswa Islam
Indonesia (PMII)

Perpustakaan UIN Mataram